PLATİN

TÜRKİYE'NİN EN DİNAMİK AYLIK EKONOMİ DERGİSİ

YIL 20 • AĞUSTOS 2018 • 9TL (KKTC 11TL)

BANKKART COMBO
İLE NEWLOOK
STİLLER MARİNALARLA
ŞEKİLLENİYOR

SİYASETTE VE
İŞ DÜNYASINDA
DENGELER DEĞİŞİYOR

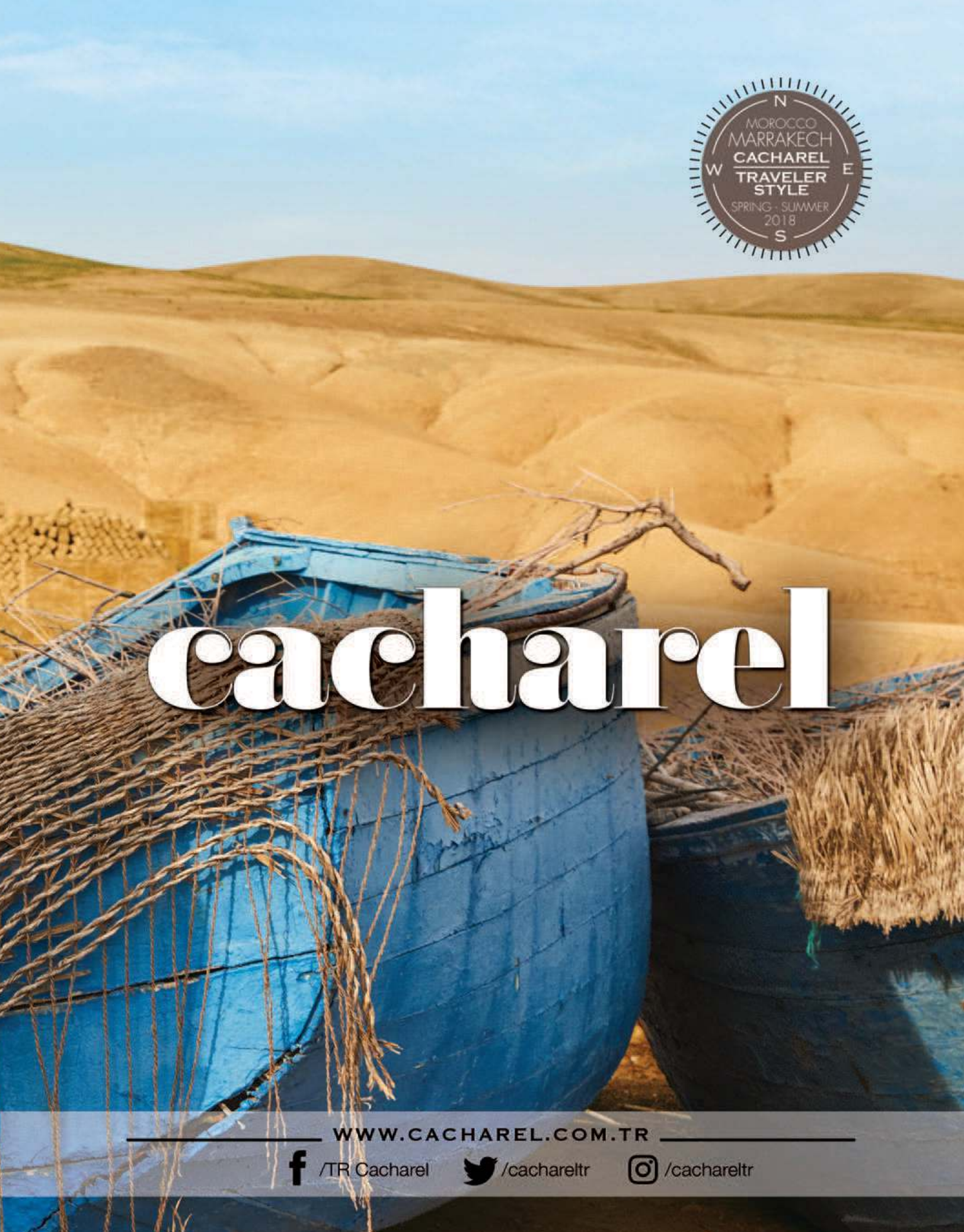
DÜNYAYI YÖNETEN KADINLAR

CUMHURBAŞKANLARI, BAŞBAKANLAR, BAKANLAR; YÖNETİM KURULU BAŞKANLARI, CEO'LAR, GENEL MÜDÜRLER... GLOBAL İSTİHDAM ARAŞTIRMALARI VE TÜRKİYE'DE KADIN İSTİHDAMINDA YÜZDE 50'Yİ GEÇEN ŞİRKETLER...

152280 2018/09
9 771301 628002

• İNOVASYON • KORDSA CEO'SU ALİ ÇALIŞKAN, GÜÇLENDİRME TEKNOLOJİLERİ PAZARININ GELECEĞİNİ ANLATTI • SEKTÖR • GIDA AMBALAJLARINDA YALINLIK VE ESNEKLİK ZAMANI • YATIRIM • MAKEDONYA TÜRK YATIRIMCILARI BEKLİYOR • YÖNETİM • CUMHURBAŞKANLIĞI HÜKÜMET SİSTEMİYLE TÜRKİYE'DE YENİ DÖNEM

Turkcell'le
bağlan
hayata


N
MOROCCO
MARRAKECH
CACHAREL
W
E
TRAVELER
STYLE
SPRING - SUMMER
2018
S
cacharel
WWW.CACHAREL.COM.TR
/TR Cacharel
/cachareltr
/cachareltr

mesa® BODRUM

DEMİRBÜKÜ

mesa 50. yıl MESKEN

VİLLA | REZİDANS | OTEL

SADECE SİZE ÖZEL BİR KOYDA EŞSİZ BİR YAŞAM

444 9 366 | mesabodrum.com

İlk 500'ün "Coğrafi Bilgi Sistemleri" Lideri Netcad

Türkiye'de 2017 yılı İlk 500 Bilişim Firması sıralaması Coğrafi Bilgi Sistemleri Kategorisinde Birinci olduk. Mutluyuz, gururluyuz.

Bizi bugünlere taşıyan çalışanlarımıza ve kullanıcılarımıza teşekkürler...

netcad

netcad.com.tr

/netcadim /netcadim /netcad

Oya Yalıman / oya.yaliman@platinonline.com

İŞ DÜNYASI VE SİYASETTE KADININ YERİ GÜÇLENİYOR

Daha az bürokrasi ve daha hızlı karar alma süreci hedefiyle inşa edilen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi, 9 Temmuz'da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yemin etmesi ve ardından mazbatasını almasıyla resmen başladı.
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, aynı gün 16 bakanı atadı. Yeni bakanların sektörlerinde önde gelen iş insanları olması, Erdoğan'ın daha önce de dile getirdiği 'ülkeyi bir anonim şirket gibi yönetmek' hedefiyle uyumlu gözüküyor. Kimi çevrelerce çok eleştirilen bu düşünce, ABD başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde başarıyla yürütülüyor. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın, 'ülkeyi bir anonim şirket gibi yönetmek' sözleriyle asıl vurgulamak istediği noktayı gözden kaçırmamak gerek. Erdoğan, özel sektörde olduğu gibi kaliteli hizmet üretebilecek kadroların görev başına getirilmesinden söz ediyor aslında... Toplum için gerçekleştirilecek politikaların, toplumun ihtiyaçlarını verimli bir şekilde karşılaması asıl hedef.

Hedefi kusursuzca gerçekleştirmek için ideal olan ise işinin ehli insanlarla çalışmak… Bu noktada da bakanlık görevine atanan isimlerin özel sektörde alanlarında duayen isimler olması kaçınılmaz. Bu isimler yeni dönemde ülkenin taleplerini ve ihtiyaçlarını karşılamak için Cumhurbaşkanı Erdoğan önderliğinde çalışmalarına başladı. Bakanlık sayısının 26'dan 16'ya düşürülmesinin, işlevini yitirmiş 64 kurumun kapatılmasının ve 100'den fazla ana birimin ya birleştirilmesinin ya da lağvedilmesinin sebebi yürütmede sadeleşmeyi yakalamak ve bürokrasinin getirdiği hantallığı ortadan kaldırmak… Yeni dönemde yürütmenin sadeleşmesiyle daha hızlı ve sorunsuz işleyen bir mekanizma öngörülüyor.

Bu ayki yönetim dosyamızda Türkiye'nin yeni sistemini analiz ettik ve ekonomiyi yönetecek bakanları tanıttık. İki kritik bakanlıkta; Ticaret Bakanlığı'nda Sayın Ruhsar Pekcan'ı, Çalışma, Sosyal Hizmetler ve Aile Bakanlığı'nda ise Sayın Zehra Zümrüt Selçuk gibi kadınları görmek umut verici… Kadın bakanlarımızdan bahsetmişken kadınların dünya ve Türkiye siyasetinde yükselişinin yanı sıra iş dünyasındaki oransal artışına da baktık. Kadın istihdam oranının yüzde 50'den fazla olduğu Türkiye'den 30 büyük şirketin istihdam stratejilerini kapak dosyamıza taşıdık.

Eylül sayımızda buluşmak üzere...

PLATİN
İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ

ISSN 1301-6288

Atatürk Mahallesi Bahariye Cad. No:31
Küçükçekmece 34307 İstanbul
Tel: 0212 473 20 00
www.platinonline.com

TürkMedya
T MEDYA YATIRIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Oya Yalıman **Yayın Yönetmeni**

Bahar Akgün **Yazı İşleri Müdürü**
Duygu Sayıner **Konular Editörü**
Dalida Özatay Erus **Editör**
Mustafa Gündoğdu **Editör**
İrem Sertbaş **Editör**
Nazik Duygu Tutumoğlu **Web Editörü**
Meral Erdoğan **Kreatif Direktör**
Serhan Sürücü **Görsel Yönetmen**
Özkan Özkurt **Renk Ayrımı**

Özkan Demir **Sorumlu Müdür-Yayın Sahibi Temsilcisi**

REKLAM GRUBU
Tülay Mutlu Dölen **Reklam Grup Başkanı**
Nefiye Ayşen Çakır **Reklam Satış Grup Koordinatörü**
Eda Yendi **Reklam Satış Direktörü**
Levent Çolak **Reklam Satış Direktörü**
Ebru Elçi Selçuk **Reklam Satış Direktörü**
Meltem Gürsoy **Reklam Satış Grup Müdürü**
Erdoğan Genç **Bölgeler Reklam Satış Grup Koordinatörü**
Erdinç Günel **Rezervasyon Müdürü**
rezervasyon@platinonline.com
Tel: 0212 449 30 50

BASKI
Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.
Akpınar Mah. Hasan Basri Cad. No:4
Sancaktepe/İSTANBUL
Tel: 0216 481 95 50

Yaygın süreli yayındır.

Dergide yayınlanan yazı ve fotoğrafların tüm hakları
T Medya Yatırım Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ne aittir.
İzin alınmaksızın kısmen ya da tümüyle kullanılamaz.

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
tarafından dağıtılmaktadır.

FIPP
International Federation of the Periodical Press (FIPP)
Platin Dergisi, FIPP
(The International Federation
of the Periodical Press) üyesidir.

Luxury timepieces Quadran

İSTİNYEPARK AVM - TEL. +90 (212) 345 01 01

32 HAVACILIK
Boeing ve Airbus… Bu iki markanın pazar payını her geçen gün artırması, havacılık endüstrisini duopol haline geliyor…

52 İNOVASYON
Kord bezi üretiminde dünyanın en önemli şirketlerinden biri olan Kordsa'nın CEO'su Ali Çalışkan, yatırımlarını ve sosyal sorumluluk çalışmalarını okurlarımızla paylaşıyor…

64 SİSTEM
Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmesinin ardından, yeni hükümet modelinin teknik anlamda çatışmasız çalışması ve bürokrasiyi hızlandırması bekleniyor…

98 SEKTÖR
Ambalaj tasarımlarında yaşanan köklü değişim, tüketicilerin beklentisiyle şekilleniyor. Biz de Platin olarak gıda sektörü özelinde ambalaj tasarımlarını mercek altına aldık…

116 MÜZİK
2016 yılıyla beraber konser ve etkinliklerin azalması, eğlence sektörünü sekteye uğratmıştı. 2018 yılında ise sektör, ölü toprağını üzerinden atmaya başladı…

124 TREND
10 binlerce Euro değerindeki lüks kulaklıklar şık görüntüsünün yanı sıra dinleyenlerine yüksek sadakatli (hi-fi) gerçek sesi de sunuyor…

126 VİZYON
Nielsen'ın 'Çeşitlilik ve Kapsayıcılık' programı, yarattığı kültürel zenginliğin yanı sıra operasyonel anlamda da güçlü sonuçlar ortaya koyuyor…

132 OTOMOTİV
Globalde 2025 yılına kadar 18 elektrikli model üretmeyi hedeflediklerini söyleyen Hyundai Assan Genel Müdürü Önder Göker, Türkiye'deki stratejilerini ve daha fazlasını Platin'e anlatıyor…

140 NEWLOOK
Yaz mevsiminin son ayında, hizmetleriyle tekneli misafirlerine pek çok kolaylık sağlayan marinaların, stillere nasıl yön verebileceğine ışık tuttuk…

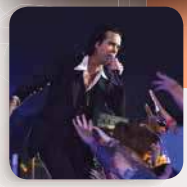
148 FOTOZOOM
Fransız mücevher markası Messika, yaratıcı tasarım ekibiyle başarı grafiğini emin adımlarla yükseltiyor...

ŞİRKETLERDEKİ ÜST DÜZEY POZİSYONLARI VE YÖNETİCİLİKLERİYLE İŞ DÜNYASINI DEĞİŞTİREN KADINLAR, BİR YANDAN SİYASETTE DE EMİN ADIMLARLA İLERLİYOR. PEK ÇOK ÜLKENİN CUMHURBAŞKANLIĞI YA DA BAŞKANLIK KOLTUĞUNA OTURAN KADINLARIN, YENİ DÜNYAYI ŞEKİLLENDİRMESİ BEKLENİYOR…

S64

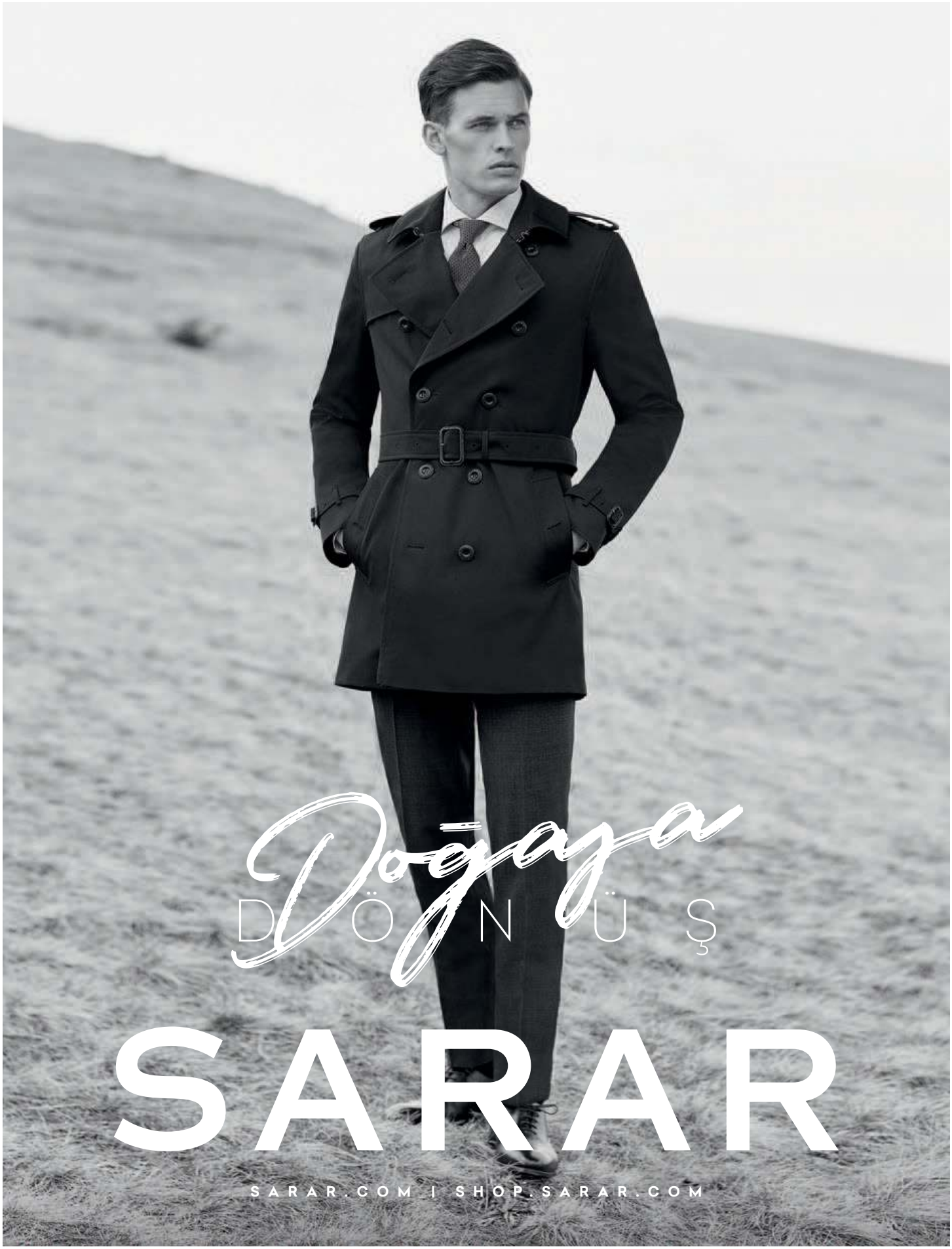
S98

S124


S116

S52

S148


Doğaya
DÖNÜŞ
SARAR
SARAR.COM | SHOP.SARAR.COM

Prof. Dr. Acar Baltaş / abaltas@acarbaltas.com / twitter: @acarbaltas

KÖTÜ LİDERLİKTEN ÇEVİKLİK ÖĞRETİLERİ

LİDERLER KURUMLARIN KADERİNİ BELİRLER. İYİ LİDERLİĞİ TEŞHİS ETMEK ÇOK KOLAYDIR. BÖYLE BİR LİDER ETKİSİNİ BAŞARILI EKİPLERİN VARLIĞI İLE KOLAYCA GÖSTERİR. BASKICI VE ZORBA LİDERLER DE ETKİN OLMAYAN EKİP ÇALIŞMASI İLE KOLAYCA FARK EDİLİR

Afganistan ve Irak savaşları ABD ordusunun aldıkları eğitimin geçmiş deneyimlere dayanan ve değişen dünyanın ve çok farklı coğrafyanın ihtiyaçlarına cevap vermek konusunda yetersiz olduğunu ortaya koydu. Günümüz iş dünyasının da benzeri bir dönüşüm geçirdiği için askeri alandan ithal edilen bir kavram olan VUCA ile tanımlandı. Bu kavram dalgalı (volatile), belirsiz (uncertain), karmaşık (complex), muğlak (ambigius) kelimelerini temsil eden bir kısaltmaydı. Bu gelişmelerin sonucu olarak son yıllarda çevik (agile) kavramı günümüz iş hayatının ve temel bir anlayışı oldu. 'Perde açılırken senaryo değiştirmeye hazır olmak' anlayışı ile çevik sistemleri yönetmek için çevik liderlere ihtiyaç vardır. Ancak günümüzdeki iş liderlerinin çoğu iş deneyimlerini ve yönetim anlayışlarını bugün artık geçerli olmayan dünün dünyasından aldıkları için çevik yönetim anlayışından uzaktır. Çevik liderlik kavramının daha iyi anlaşılması amacıyla, kurumsal hayatta rastlanılan, sonuçları açısından verimli olmayan ve son yıllarda yapılan araştırmalarla kavramlaştırılmış olan bazı liderlik tiplerine göz atmakta yarar vardır.

ÇEVİK LİDERLİĞİN ZIDDI OLAN YÖNETİM ŞEKİLLERİ

Çevik liderliğin zıddı olan iki yönetim şekli vardır. Bunlar mikro yönetim ve kayıp liderliktir (absentee leadership). Eğer belirli tolerans sınırları içinde tanımlanmış süreçler varsa, yöneticinin müdahalesi olmaksızın çalışanların işlerini sonuç verecek şekilde yapmaları beklenir. Eğer bir yönetici kendi eli değmeden hiçbir işin doğru yapılamayacağına inanıyor ve her atılacak adıma müdahale ediyorsa, bu mikro yönetim olur. Bu anlayıştaki liderler tek başına kahraman olma isteğine sahiptir. Her şeyi kontrol etmek ister ve kurumla kendilerini özdeşleştirerek kendi performanslarına odaklanırlar. Kendisini o noktaya getiren özelliklerin aynı noktada tutacağına inanır, delege etmeyi sevmez, başkalarını dahil etmekten veya yardım istemekten kaçınır, kurallara sıkı sıkıya bağlı olurlar. Diğer taraftan unutmamak gerekir ki, insanları geliştiren sorumluluktur. İşleri üzerinde kontrol imkânı olmayan astlar gelişemez. Bunun sonucunda ya 'evet efendim'ci olur ya da iş doyumsuzluğu yaşayarak iş arayışına geçerler. Diğer taraftan böyle bir yöneticinin iş yükünden bunaldığını ve ayrıntılarla uğraşmaktan 'esas işine' zaman ayıramadığından şikayet ettiğini duymak, sık rastlanan bir durumdur. Bu nedenle çalışanların kendi iş alanlarında kontrol imkanlarının olması ve hatalara hoşgörülü bir yönetim anlayışı hem çalışanı geliştirir hem de yöneticiye büyük resme katkıda bulunması için imkan sağlar. Ancak bu yaklaşımın çok öne çıkması, diğer uçta yer alan 'kayıp liderlik' anlayışına gidebilir. Kayıp liderlik, çalışanların izlenmediği ve yöneticinin çalışmalara katkı yapmadığı durumu anlatır ve bu tutum, yöneticinin ofiste bulunduğu zamanları da kapsar(1). Çünkü bir engel çıktığında yöneticinin varlığı olmadan bütçenin tutması ve işlerin zamanında tamamlanması mümkün olmaz.

KAYIP LİDERLİK

Liderler kurumların kaderini belirler. İyi liderliği teşhis etmek çok kolaydır. Böyle bir lider etkisini başarılı ekiplerin varlığı ile kolayca gösterir. Baskıcı ve zorba liderler de etkin olmayan ekip çalışması ile kolayca fark edilir. Ancak kayıp liderleri teşhis etmek kolay değildir. Çünkü bunlar çoğunlukla ortada

olmadıkları için görülmezler, sorun çıkartacak konulardan uzak dururlar, ekipler onlar olmaksızın işlerini görmeye alıştıkları için, ekip içindeki iş bitiriciler onların yokluğunu hissettirmezler. Kurum kültürünün özelliklerine bağlı olarak zaman içinde kayıp liderlerin sayısı artar. İş doyumu ile performans arasındaki ilişki (korelasyon). 17 ile .30 ölçüsündedir ve çok güçlü değildir. İş doyumu ile iş terki arasındaki ilişki ise .40 ile biraz daha yüksektir. Buna karşılık iş doyumu ile kurumsal bağlılık ilişkisi oldukça yüksek kabul edilecek bir düzey olan .50 ölçüsündedir. Kayıp liderin çevresi ile ilişkisi olumlu veya nötrdür. Kayıp lider kimseyi rahatsız etmez, talepkar değildir ve performans tartışmalarından kaçınır. Kayıp liderin amacı sevilen biri olmaktır. Hatalara tepkisizdir. Hatta bir hatanın düzeltilmesi gereken durumlarda bile övgüde bulunur. Kısa süreli sonuçlar için sağlanan uyum görüntüsü, uzun dönemli sonuçlara feda edilir. Bu kişiler, sadece yönetici makamını işgal eder, ekipleriyle anlamlı bir ilişki içinde olmaz, bu makamın imkanlarından yararlanır ancak iş sonuçlarına ve kuruma katkı yapmazlar. Üst yönetim kayıp liderliği eylem içinde olmadığı için çok zor fark eder. Yapıcı liderlik kurumlarda en iyi sonuçları sağlar. Baskıcı, zorba ve yozlaşmış liderler kurumlara zarar verir. Ancak kayıp lider tipi kurumlar için en kötüsüdür. Bu liderlik anlayışının olumsuz etkileri zaman içinde birikir. Bunlar kurum içinde damarları tıkar ve fırsatları engellerler. Bir anlamda neden olduğuna kimse akıl erdiremeden koca kurumlar, içlerinden çürüyen ağaçlar gibi ayakta ölürler. Kamu kurumlarındaki verimsizliğin en önemli nedenlerinden biri makamın imkanlarının keyfini süren kayıp liderler tarafından yönetilmeleridir.

KÖTÜ LİDERLİĞİN ÜÇ BOYUTU

Kötü liderliğin ilişki yönetimi esasında farklı davranış biçimleriyle ortaya çıkan üç boyutu vardır. Bunlar lideri ekibinden ya uzaklaştırır, ya ekibini karşısına almasıyla sonuçlanır ya da ekibiyle iyi geçinmek adına iş sonuçlarının takibini zorlaştırır (2).

İnsanlardan uzaklaşan tutum: Bu tutum fevrilik, iletişimden (ilişki kurmaktan) kaçınmak, şüphecilik ve güvensizlikle şekillenir. Bu yönetim anlayışı çok kere kuruma ve çalışanlara karşı hasımca (hostile) bir tutum olarak gözlenir, paranoid ve pasif agresif bir şekilde hayata yansır. Bu özellikler çalışanlarda güvensizlik yaratır ve sorumluluk almaktan uzaklaştırır.

İnsanları karşısına alan tutum: Bu tutum kendini aşırı önemsemek ve büyük görmekten kaynaklanır, insanları güçle yönetme ve manipüle etmeyle şekillenir. Bu yönetim anlayışına sahip olanlar kurumdan yana, çalışanlara karşı 'istismarcı' bir tutum sergilerler. Böyle bir tutum yöneticiye karşı kızgınlık biriktirmeye ve yöneticinin kusurları ve davranışlarıyla ilgili dedikodu yapmaya neden olur.

İnsanlara yaklaşan tutum: Bu durum ekibe yakınlık, çalışanları rahatlatmak (yalakalık), ancak onlarla yüzleşmekten ve çatışmadan kaçınmakla şekillenir. Bu yönetim anlayışı kuruma karşı, çalışanlardan yana 'sevimlilik' çabasını yansıtır. Bir yöneticinin kendisini sevdirmek için yaranma çabası içinde olması ona karşı güven kaybına neden olur ve çalışanlar konfor alanının dışına çıkmak için istek duymazlar.

Görüldüğü gibi kötü liderliğin farklı şekillerde hayata yansıyan bu üç boyutu da bugünün iş dünyasının ihtiyaç duyduğu çeviklik anlayışından çok uzaktır. Böyle bir iş liderinin yönettiği iş ortamında çevik iş ortamının ihtiyaç duyduğu hataları öğrenme fırsatı olarak görmek, bilgi paylaşmak ve farklılıklardan sinerji yaratacak ortak kararlar almak mümkün olmaz.

SONUÇ

Bu tür liderlik örneklerine kamuda (devlet memurları), akademik dünyada ve iş hayatında sıklıkla rastlanır. Hangi şekliyle olursa olsun kötü liderlik çalışanlarda rol karmaşası yaratır, çatışma doğurur, düşük iş doyumuna, tükenmeye, sağlık sorunlarına ve iş terkine neden olur. Bu kurumlardaki düşük verimliliğin önemli nedenlerinden biri kötü liderliktir. Kötü liderlik insanların potansiyellerini ortaya koymalarına imkan vermez. Potansiyel baskı altında ortaya çıkar. Ancak kötü liderler bu baskıyı ya hiç yapmazlar ya da zorbalık yaparlarsa sonuç alacaklarına inanırlar. Buna karşılık çevik iş lideri birlikte çalıştığı kişileri kendi sınırlarını test etmeye teşvik eder ve cesaretlendirir.

Kaynakça:

1. Gregory S. Absentee leadership. Hogan European Summit; 2018.

2. How your greatest strength can become your greatest weakness [İnternet] Uygun erişim: http://www.hoganassessments.com/sites/default/files/Derailers_NL_June_12_Edited.pdf

KAYIP LİDER KİMSEYİ RAHATSIZ ETMEZ. TALEPKAR DEĞİLDİR VE PERFORMANS TARTIŞMALARINDAN KAÇINIR. KAYIP LİDERİN AMACI SEVİLEN BİRİ OLMAKTIR. HATALARA TEPKİSİZDİR. HATTA BİR HATANIN DÜZELTİLMESİ GEREKEN DURUMLARDA BİLE ÖVGÜDE BULUNUR

Ufuk Tarhan / tufuk@m-gen.biz

ÇALIŞANLARINIZIN YÜZDE KAÇI SANAL ROBOT?

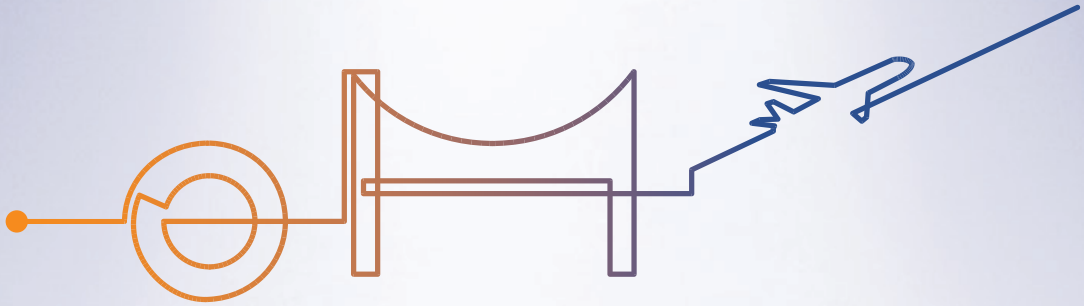
YUKARIDAKİ SORU, TIPKI ŞİRKETİNİZİN PERFORMANSINI ÖLÇMEK İÇİN SORULAN 'ÇALIŞANLARINIZIN YÜZDE KAÇI KADIN, ERKEK, MÜHENDİS YA DA ÜNİVERSİTE MEZUNU' TARZINDAKİ SORULAR GİBİ LİSTEYE GİRMEK ÜZERE...

Bilmem farkında mısınız? Fiziksel, insana benzeyen robotların etrafımızı sarıp pek çok işi insanlardan daha iyi yapar hale gelmeden önce 'sanal robo çalışanlar'/'cyber robot workers' hızla aramıza sızıyor. Bunların temelinde 'bot' teknolojisi yatıyor. 'Bot'lar aslında reel dünyadaki robotların davranışlarını sergileyemeyen, fiziksel herhangi bir varlığı olmayan, internette arama motorlarıyla, veri depolarıyla, 'server'larla, platformlarla, akıllı nesnelerle, diğer yapay zeka uygulamaları ve gerçek robotlarla; kısacası veri kümeleri ile ileri seviyede iletişim ve etkileşim içinde olabilen her 'şey' ile çalışan sanal robotlar ya da ajan yazılımlar… Yapay zeka, blockchain uygulamalarının en hızlı yaygınlaşacak, en önemli kullanım alanlarından biri. Şimdi bunların iş dünyasının çeşitli süreçlerinde efektif olarak kullanılmaya başlayanlarına yani sanal robotlara da kısaca 'cyber robot workers' yani 'sanal robot çalışanlar' deniyor. Geçenlerde Teknoparkta yapay zeka projeleri geliştiren WINWAI adlı start-up bünyesinde sigorta sektörü için yapılmış bir 'sanal robot çalışan' demosu izledim. Sigorta şirketinin sistemine gerçek bir çalışan gibi tanımlanan yapay zeka temelli 'cyber robot worker', ilk adımdan sonuncuya kadar gelen müracaatları karşıladı, yanıtladı, sorular sordu, onaylar aldı ve poliçeyi kesip para tahsil etti, sigortalıya poliçesini yolladı. Tam karar veremediğinde üst merciye "Şurasını anlamadım, eksik vb." diye maille yolladı. . Tüm bunlar sadece birkaç dakika sürdü ve benim yaptığım tek şey, ekrana hayretle bakmak oldu. Çünkü adeta bilgisayarın içine hayalet kaçmış gibi ekranda bir insanın yapması gereken tüm cursor hareketleri, click'ler vb. kendi kendine oldu, bitti. Aynen, görünmez biri bilgisayarda çalışıyor gibiydi ve hiç kimse elini sürmüyordu. Poliçe kesmesi bitince, sonrasında tahsilat verimliliği için en önce aranması gerekenleri sıraladı, call center'a listeleri mail attı, gelen yanıtları gözden geçirip amirlerine yolladı. Sizin anlayacağınız arı gibi sessiz, sakin çalıştı durdu. Hiç mızırdanmadı, hata yapmadı, yorulmadı, sıkılmadı… En heyecanlandığım şey ise uygulamada izlediklerimin yüzde 100 Türk mühendislerinin klavyelerinden, beyinlerinden çıkmış olmasıydı.

YAPAY ZEKA KULLANAMAYANLAR OYUN DIŞI KALACAK

İşin temelinde, klavye mouse ve göz marifetiyle yapılan yoğun operasyonel işlemlerin bir insanı taklit edecek şekilde 'gör-karar ver-aksiyon al' şeklinde, 'görüntü işleme/sınıflandırma, anomali tespiti ve pekiştirmeli öğrenme' algoritmalarının sanal robotlara aktarılması yatıyor. Zaten yapay zeka, herhangi bir canlı organizmadan yararlanmaksızın yapay araçlar ile oluşturulan, insan davranış ve hareketlerini kopyalayabilen, öngörülerde bulunabilen sistemlerin, makinelerin geliştirilmesi teknolojisine verilen genel ad. Operasyonel ve analitik programlamalar, RPA (Robotics Process Automation /Sanal Robot Uygulamaları), NSS (Neuro Science Solutions/Nöral Çözümler) ilk etapta yoğunlaşılacak alanlar gibi duruyor. En kaba tahminlere göre dahi, yapay zeka, önümüzdeki 5 yıl içerisinde, iş dünyasının içine iyice nüfuz edecek. Rekabet karşısında ayakta kalabilmek için maliyeti düşürmek, aracıları ortadan kaldırmak, hataları, verimsizliği azaltmak ve hızlanmak için yapay zeka kullanamayanlar oyun dışı kalacak.

Kuşkusuz bu gelişmeler iş dünyasının daha az insan, daha çok sanal veya gerçek robot, yapay zeka, blockchain ve kripto para kullanmasına yol açacak. 10 yıl içinde ise iş dünyası ve doğal olarak sosyal hayatın tüm katmanları inanılmaz ölçüde dönüşüm geçirmiş olacak. Dinlediğim bir teknoloji, sosyoloji uzmanı, "Teknolojinin insanları işsiz bırakacağından korkmamıza gerek yok, çünkü bizler mutlaka henüz hiçbir robotun, yapay zekanın vb. çözemeyeceği, çözemediği sorunlar, problemler yaratmayı mutlaka başaracağız" diyordu. İlk etapta bütün bu çılgın yeniliklere dair etik, ahlak, hukuk, ticaret, ekoloji kurallarını, standartlarını, altyapılarını oluşturmamız gerekecek ve daha başlamadık bile…



KORDSA TÜM DÜNYADA YAŞAMI GÜÇLENDİRİYOR

Dünyada üretilen her 3 otomobil lastiğinden 1'i ve her 3 uçak lastiğinden 2'si, Kordsa teknolojileri ile güçlendiriliyor. Kordsa, stratejik yatırımı ile artık uçakların kanat ve gövdesinde kullanılan kompozit teknolojilerini de üretmeye başlıyor.

100 milyon ABD Doları yatırım ile Amerika'da ticari havacılığın stratejik 2 firmasını satın alan Kordsa, Türkiye'den tüm dünyaya yayılan teknoloji gücünü artırarak yaşamı güçlendirmeye devam ediyor.

KORDSA

Murat Yeşildere / murat.yesildere@platinonline.com

HAYATTAN RENGİ ALIN, GERİ NEYİ KALIR Kİ?

DÜNYADA ARTAN İSTİKRARSIZLIKLAR, KARIŞIKLIKLAR, BELİRSİZLİKLER VE ÖNGÖRÜLEMEZLİK, ASLINDA YETKİNLİK SETİNİN RENKLENMESİNİ ŞART KOŞARKEN DÜNYANIN BİRÇOK YERİNDE KALIN DUVARLAR İNŞA EDİLİYOR

Rusya'nın ev sahipliği yaptığı 2018 Dünya Kupası, Fransa'nın şampiyonluğu ile tamamlandı. Turnuva öncesi favori olan Almanya, Brezilya, Arjantin gibi kağıt üzerinde güçlü takımların, sürpriz rakiplere puan kaybetmesi, elenmesi uzun süre konuşulacak. Neymar, Messi, Ronaldo gibi yıldızların takımlarını ileriye taşıyamaması, futbol endüstrisi için bir tartışma konusu olacak mı bilemiyorum. Ancak romantik de olsa, benim için turnuvanın en ilginç anları arasında Belçika yedek kulübesi içinde, teknik heyetin arasında oturan eski milli futbolcu, Fransız yıldız Thierry Henry'nin görüntüleri yer alacak. Milliyetçiliğin, ötekileştirmenin bütün dünyayı kapladığı bu çağda, Fransız milli takımının bazı futbolcularının "Henry'nin niye Belçika kulübesinde oturduğunu ve bizim kulübede olmadığını anlayamıyoruz" demesi kadar, yarı finalde Belçika'nın Fransa'ya elenerek turnuvaya veda etmesi de sanıyorum zihinlerden silinmeyecek. Çok uzak değil, 10 sene önce Fransa'nın İtalya karşısında Dünya Kupası finaline çıktığı ve penaltılarla kaybettiği turnuvada, finallere gitme hakkını kazandığı golü, biraz da elle karışık İrlanda ağlarına yollayan Thierry Henry, üçüncü finale doğru giden milli takımının rakibi Belçika'nın yedek kulübesinde oturuyor; ironik bir tablo değil mi? Maç 1-0 Fransa'nın galibiyeti ile sonuçlandığında acaba Henry nasıl hissetti? Eskiden 'doğduğun yer' vardı, sonra 'doyduğun yer geldi'; şimdi ise denklem iyice karıştı. Fransa milli takımındaki oyuncuların yarısından fazlası Afrika kıtasında doğmuş, yetişmiş sporcular.

DUVARLAR, ZİHİNLERE İNŞA EDİLİYOR

Bu satırları yazarken Türk asıllı Alman futbolcu Mesut Özil'in Alman Milli Takımı'na veda etme haberi düştü medya kanallarına; Mesut Özil iki gurbetçi meslektaşı İlkay Gündoğan ve Cenk Tosun ile birlikte Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı Londra seyahati sırasında ziyaret ettiği için Alman kamuoyunun önüne atılmıştı. O kadar ki, Almanya'nın 2018 Dünya Kupası'na daha grup maçları seviyesinde veda etmesi dahi neredeyse Mesut Özil'in omuzları yüklenmişti. İşte bu baskı ve haksız eleştirilerden sıtkı sıyrılan Mesut Özil, artık Alman Milli Takım formasını giymeyeceğini açıkladı. Dünyada artan istikrarsızlıklar, karışıklıklar, belirsizlikler ve öngörülemezlik aslında yetkinlik setinin renklenmesini şart koşarken, dünyanın birçok yerinde Deniz Ülke Arıboğan'ın son kitabına isim veren, kalın 'duvar'lar inşa ediliyor. Bu duvarların birçoğu fiziksel olarak sınırlara değil, konfor alanlarımızı belirlemek üzere zihinlere inşa ediliyor. Farklı fikirleri, farklı bakışları, alternatifleri, çeşitliliği, ötekileştirerek, duvarların içine hapsetmek aslına bakarsanız 'milliyetçi' görüş ile özdeşleştirilse de tartışmaktan korkan ve kaçan, bağnaz ve sığ düşüncenin göstergesi.

ÖTEKİLEŞTİRME ÇABASI

Alman milli takımının kaderini değiştiren Mesut Özil gibi bir yeteneği dahi bir anda gözden çıkartabilen bu düşünce biçimi, istihdam kaygısı gibi sebeplerle yabancıları ülkesinden kovmaya çalışan, ABD-Meksika sınırına daha da yüksek duvarlar inşa etmeyi seçim malzemesi yapan ya da İngiltere'nin Avrupa Birliği'ne girerek, öz benliğini, refahını hatta özgüvenini kaybedeceğini savunan yaklaşımdan hiç de farklı değil. Mikro seviyede kadını toplumsal hayatın dışında bırakan, dini, mezhebi, ırkı, hatta dili ayrıştırıcı bir unsur olarak kullanan yaklaşım da aslında bu ötekileştirme çabasının sonucunda ortaya çıkıyor. Son söz olarak kıssadan hisse diyerek, çeşitliliğin tartışma ortamını, tartışmaların da alternatif fikirleri ve dolayısıyla karar kalitesini yukarı çektiğini söyleyebilirim. Ancak daha da basitine gidelim; "Hayattan rengi alın, geri neyi kalır ki?"*

*Filli Boya reklam sloganı.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY
2003
Senin Tercihin
Benim Üniversitem
İLK 5 TERCİHE
%30 BURS
Normal öğrenim süresi boyunca kesintisiz burs imkânı*
aday.aydin.edu.tr | 444 1 428 | iaukampus
* Tercih Bursu, tüm bölümleri kapsamamaktadır. Bilgi için aday.aydin.edu.tr'yi inceleyiniz.

Serhat Özeren / serhatozeren@tbpnet.org/ @serozeren

YENİ SİSTEM ÜLKEMİZ İÇİN BİR DEVRİMDİR

HAYALİM NEDİR BİLİYOR MUSUNUZ DOSTLAR? KUANTUM BİLGİSAYARLAR VE YAPAY ZEKAYLA UĞRAŞAN, NÜKLEER ENERJİYE KAFA PATLATAN, AR-GE ÇALIŞMALARI YÜRÜTEN, YAZILIM İHRACATI YAPAN, DÜNYA OYUN SEKTÖRÜNDE BAŞARILI OLAN, KİMYADA YENİ PATENT ALAN, DAHA SAYAMAYACAĞIM BİRÇOK BİLİMSEL ARAŞTIRMAYA İMZA ATAN ŞİRKET VE AKADEMİSYENLERİN HİZMETİNDE OLAN BİR SİSTEM. BU İNSANLARA PROBLEM ÇIKARMAYAN, ÖNLERİNDEKİ ÇUKURLARI KAPATAN BİR SİSTEM...

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi. En kısa şekilde tarifi şöyle… Yeni hükümet sisteminin en önemli özelliği, yürütmeyi iki başlı olmaktan çıkarması. Cumhurbaşkanının halkoyu ile seçilmesi nedeniyle halka karşı siyasi sorumluluğunun bulunması ve geniş icra yetkileri nedeniyle gelecekte, yürütmenin diğer tarafı olan Başbakan ve Bakanlar Kurulu ile yaşanabilecek muhtemel devlet krizini ortadan kaldıran bir değişikliktir. Yeni sisteme göre yürütme yetkisi halkoyu ile seçilen cumhurbaşkanına ait olacaktır. Cumhurbaşkanı bu yetkisini yardımcıları ve atadığı bakanlar ile kullanacaktır. Yasama yetkisi ise münhasıran Meclis'te olacaktır. Cumhurbaşkanının, yasa teklif etme yetkisi olmayacaktır. Yasama yürütmeden tamamen ayrı, kuvvetler ayrılığı ilkesine daha uygun bir hükümet sistemi öngörülmektedir. Peki, yeni sistemin ülkemizin kalkınmasına etkisi ve faydası nasıl olacak? Özellikle, bilimsel çalışmalarda ne şekilde etkili olacak? Yeni sistemin, ülkemizin teknolojik, bilimsel ve araştırma geliştirme, üretime katkılarını Cumhurbaşkanı Başdanışmanı Prof. Dr. Davut Kavranoğlu, birçok üniversitede çarpıcı bir şekilde anlattı. İstanbul Teknik Üniversitesi'ndeki (İTÜ) konuşmasını da bizzat dinledim.

HIZLI KARAR ALMA MEKANİZMASI, AZ BÜROKRASİ VE DİNAMİK BİR YAPI...

Prof. Dr. Davut Kavranoğlu, konuşmasının başında Türksat 4A ve 4B uydularının Japonya'ya 571 milyon dolara yaptırıldığından bahsediyor ve uydunun ağırlığının 7 bin 700 kg olduğunu söylüyordu. Yani uydunun kilosuna 74 bin dolar ödenmişti. Kabaca, uydunun ham madde maliyetinin kilogram başına 10 dolar olduğunu söylüyordu. Yani 10 dolarlık bir malzemenin bize 74 bin dolara mal olmasının sebebini, 'bilim' olarak açıklıyordu. Evet, bütün sır burada… 10 dolardan 74 bin dolarlık bir değere nasıl ulaşabiliriz. Sayın Kavranoğlu yeni sistem içerisinde kurulacak olan ofislerde konusunda uzman akademisyenler, kanaat önderleri ve iş insanlarının çizeceği yol haritalarıyla buna ulaşabileceğimizi, yeni sistemin çok daha hızlı, karar alma süreçlerinin dinamik ve bürokrasinin daha az olacağı bir yapı olacağını söylüyordu.

Kendisinin, kalkınmış ülkelerin bunu nasıl başardığını 7 sene boyunca araştırdığını ve yeni Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi içerisinde bilime, teknolojiye, üniversitelere yön verecek ofis ve kurumların etkili rol oynadığının altını çiziyordu. Bilimin müthiş gücünü kavramış kanaat önderlerine ve iş insanlarına yeni yapıda daha çok ihtiyaç olacağına inanıyorum. Sayın Kavranoğlu'na yaptığı çalışmalar ve bilgilendirmeler için bu vesileyle de gönülden teşekkürlerimi sunarım.

BU FIRSATI İYİ KULLANALIM

Bütün bu işlemlerin, yeni sistemin, ofislerin, kurumların amacı nedir? Ülkemizde sanayi ve üretimi artırmak. Üretmiyorsak hiçbir sistem işlemez. Hayalim nedir biliyor musunuz dostlar? Kuantum bilgisayarlar ve yapay zekayla uğraşan, nükleer enerjiye kafa patlatan, Ar-Ge çalışmaları yürüten, yazılım ihracatı yapan, dünya oyun sektöründe başarılı olan, kimyada yeni patent alan ve daha sayamayacağım birçok bilimsel araştırmalara imza atan şirket ve akademisyenlerin hizmetinde olan bir sistem. Bu insanlara problem çıkarmayan, önlerindeki çukurları kapatan bir sistem. Bir ihracatçının, "Problemim var" dediğinde alarma geçen bir sistem. Bilimsel çalışmalarda ve ihracat yapan, Ar-Ge yapan, üretim yapan şirketleri dolaşan ve "Probleminiz var mı? Daha fazla nasıl yardımcı olabiliriz?" diyen bir sistem. Sırma odalarda, makamlarda oturan değil sanayinin yanında duran bir sistem. Yeni sistem ülkemiz için bir devrimdir, bu fırsatı iyi kullanalım. Ülkemizi kalkındıracak, bilimi önde tutacak çalışmalar yapalım. Yeni sistem milletimize ve ülkemize hayırlı olsun...

CENNET KOYU
EVLERİ

+90 252 311 77 77
cagdasinsaat.com

/cagdasholding

çağdaş holding
"bu imzayı takip edin"

Abdulkadir Karagöz / Mental İK & Danışmanlık Kurucu Ortağı
akaragoz@mentalik.com

YENİ SİSTEM

TÜRKİYE YENİ DÖNEMLE BİRLİKTE EN KILCAL DAMARLARINDAKİ SORUNLARI BİLE ANINDA FARK EDECEK, HIZLI VE ETKİN BİR ŞEKİLDE ÇÖZÜME ULAŞTIRACAK. HER ALANDA BÜYÜK BİR ATAĞA KALKACAK

Güçlü bir devletin omurgası, güçlü bir lider ve istikrarlı bir yönetimle şekillenir. Liderler, stratejik kararlar almadan önce kısa, orta ve uzun vadeli riskleri ve kazanımları hesap ederler. Böylece problemleri kaynağında çözer; maliyetleri azaltır, zaman kaybını önlerler. Kurumsallığı tam oturmamış, süreçlerinde aksamaların yaşandığı, karar alma mekanizmalarının yoğun bürokrasiyle yavaşladığı bir devlet, karşılaştığı problemleri tam anlamıyla çözemez. Böyle bir durumda, sorunların daha büyük problemlere sebep olmadan çözümü için yönetimsel anlamda dönüşüm gerekli olur. Doğru bir çalışma ve stratejik planlamalarla birlikte devletin yeniden organize edilmesi ve planlanması gerekir.

TÜRKİYE, DAHA YALIN VE ŞEFFAF BİR YÖNETİM MODELİNE KAVUŞTU

Bu ihtiyaçlar doğrultusunda Türkiye, 24 Haziran seçimleriyle birlikte makamların azaldığı, yeniliklere hızlı adapte olan, karar alma süreçleri hızlı işleyen, ortak akıl ve kurumsallaşmanın öneminin farkında olunduğu, daha yalın ve şeffaf bir yönetim modeline kavuştu. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte; bakanlıkların sayısı azaltıldı ve icracı yönleri daha ön plana çıkarıldı. Kadim devlet geleneklerimizde olan ve dönem dönem isimleri farklı şekillerde anılan politika kurulları ve ofisler yeniden devlet yönetimimizin bir parçası oldu. Cumhurbaşkanımızın yayınladığı kararnamelerle birlikte Finans, İnsan Kaynakları, Dijital Dönüşüm ve Yatırım ofisleri kuruldu. İcrai faaliyetleri izleyecek, etki analizlerini yapacak ve günün sonunda hedefe ulaşıp ulaşılmadığı konusunda değerlendirmeler yaparak, öneriler geliştirecek politika kurulları oluşturuldu. Bilim, Teknoloji ve Yenilik, Eğitim ve Öğretim, Ekonomi, Hukuk, Kültür ve Sanat, Sağlık ve Gıda, Yerel Yönetim, Sosyal, Güvenlik ve Dış Politikalardan oluşan bu kurullar, Cumhurbaşkanımızca alınacak kararlar ve oluşturulacak politikalarla ilgili çalışmalar yürütecekler.

ÇÖZÜM ODAKLI BİR YAKLAŞIMLA POLİTİKA VE STRATEJİ ÖNERİLERİ GELİŞTİRİLECEK

Ofisler ve kurullar eliyle devletin her alanda yapacağı çalışmalar takip edilecek; çözüm odaklı bir yaklaşımla politikalar ve strateji önerileri geliştirilecek. Böylelikle ortak akıl ile istişare mekanizmaları daha sağlıklı bir şekilde işleyecek. Türkiye'nin insan kaynakları alanındaki ihtiyaçları açık bir şekilde ortadaydı. 'İnsan Kaynakları' ofisinin çalışma alanlarına baktığımızda; Türkiye'nin insan kaynağı envanterinin çıkarılması ve güncellenmesi, ülkemizin vizyonu, hedefleri ve öncelikleri doğrultusunda insan kaynağının geliştirilmesinin koordine edilmesi ve yetenek yönetimi projelerinin yürütmesi olduğunu görüyoruz. Ofis ayrıca özel yeteneklerin keşfini sağlayacak bir yapıda kurgulanmış. 'Yatırım' ofisiyle ülkemizin yatırım alanları daha net bir şekilde belirlenecek ve yatırımcılar doğru bir yönlendirmeyle ülkemizi daha çok tercih edecek. 'Dijital Dönüşüm' ofisi, tüm kamu kurumlarımızın dijital dönüşümünde öncü rol üstlenecek. Finans ofisiyle, ulusal ve uluslararası alandaki finans sektörleri takip edilecek, ülkemizin finansal durumu raporlanacak. Kurulların işleyişlerinde şu kavramları çok sık bir şekilde duyacağız; istişare, strateji ve politika. Sivil toplum kuruluşları, sektör temsilcileri ve bilim insanları artık devlet yönetiminde kurullar aracılığıyla daha etkin olacaklar. Böylelikle karar alma süreçlerinde ortak akılla hareket edilecek ve problemlerin çözümüne daha kısa sürede ulaşılacak. Türkiye yeni dönemle birlikte en kılcal damarlarındaki sorunları bile anında fark edecek, hızlı ve etkin bir şekilde çözüme ulaştıracak. her alanda büyük bir atağa kalkacak. Bizi büyük ve güçlü Türkiye idealine ulaştıracak yönetim modelimiz, ülkemize ve milletimize hayırlı olsun.

İTÜ

Dijital İş Ortağım

Türkiye'nin dijital geleceği için el ele

Vodafone ve İTÜ güçlerini birleştirerek **Future Lab**'ı kuruyor, Türkiye'nin dijital dönüşümüne destek oluyor.

Gelecek heyecan verici.

Hazır mısın?

vodafone

KONUK YAZAR

Op. Dr. T. Ali Zırh / Medipol Mega Üniversite Hastanesi Beyin ve Sinir Cerrahisi Uzmanı

BEYİN PİLİNDEN SONRA İKİNCİ BİR YAŞAM MÜMKÜN

BEYİN PİLİ AMELİYATI İLE PARKİNSON HASTALIĞININ BİR KADER OLMADIĞI, ERKEN TEŞHİS VE DOĞRU TEDAVİ İLE KONTROL ALTINA ALINABİLECEĞİ UNUTULMAMALI...

Sağlıklı bir yaşam sürmek hepimizin en büyük arzusu. Ancak, kimi zaman sosyal kimi zaman ise fizyolojik nedenlerden dolayı yaşam kalitemizin düştüğü ise bir gerçek. Parkinson, insanların yaşam kalitesini düşüren ve hareketlerini kısıtlayan bir sorun. Yoğun stres ve çalışmayla beraber görülme oranı yükselen Parkinson, iş hayatınızı çıkmaza sokabilir. Ayrıca büyük şehirlerde yaşayan insanlar için stres ve bunun akabinde depresyon Parkinson'a davetiye çıkarabilir.

TİTREYEN EL VE KOLLAR PARKİNSON HABERCİSİ OLABİLİR

Öncelikle Parkinson; beyinde 'dopamin' denilen maddenin eksikliği ile ortaya çıkan, kronik nörolojik bir hastalık. Yaşın ilerlemesiyle birlikte beyindeki dopamin salgılayan hücrelerin azalması veya hasara uğramalarıyla ortaya çıkan Parkinson, vücutta istem dışı hareketlere, el ve ayakta titremelere neden oluyor. Elbette bu durum hastaların yaşamını zora sokuyor ve sosyal hayattan soyutlanmalarına neden olabiliyor. Parkinson, korkulduğu üzere tipik kalıtsal bir hastalık değildir. Bende var, çocuğumda da mı olacak? Babamda var bende de mi olacak? diye endişe etmeye gerek yok. Çünkü Parkinson, toplumda 65 yaş üzeri her 300 kişiden 1'inde görülen bir hastalık. Ancak bu, 40'lılı 50'lili yaşlardan önce ortaya çıkıyorsa, bunlara genç yaşta görülen Parkinson hastalığı deniyor. Bu grubun içerisinde hemen yarısına yakınında bazı genleri araştırıp bulabilmek mümkün. Bu hastalığın tipik özelliklilerinden biri, genellikle vücudun bir tarafında ortaya çıkan ve para sayar tarzda diye hitap edilebilen, istirahat halinde ortaya çıkan titremedir. Bu belirtilere; katılık, tutukluk, ağırlık, hareketlerde yavaşlık, yüz hatlarında donukluk, küçük adımlarla öne eğik yürüme bulguları eklenebilir. Parkinson hastalığında titreme her zaman görülen bir belirti olmayıp, bazı hastalarda tutukluk ve yavaşlık ilk bulgu olarak çıkabilir.

Parkinson hastalığı her ne kadar kronik ve ilerleyici bir durum olarak gözükse bile zamanında erken teşhis ile önüne geçmek mümkün. Her hastalıkta olduğu gibi hayat kurtaran küçük belirtiler Parkinson hastalığında zaman kazandırıyor. Parkinson tedavisinde başlangıç olarak ilaç yöntemi kullanılırken daha ileri safhalarda ilaç tedavisine cevap vermeyen hastalar için beyin pili kurtarıcı oluyor. 'Nöromodülasyon' denilen beyin pili ameliyatı, beyin içerisine yerleştirilen ince elektrotlar ile sorunlu bölgelere elektrik akımı vererek hastalık bulgularının yok edilmeye çalışıldığı bir yöntem. Bunlara ek olarak, düzenli yaşam ve sağlıklı beslenmeyi zorunlu kılan hastalıkta görülen sindirim sistemi yakınmaları nedeniyle çiğ sebze, meyve, yulaf gibi bol lifli gıdalar tüketilmesi, günde en az 8-10 bardak su içilmesi ve kefir, yoğurt, turşu gibi probiyotik içeren gıdaların alınması gerekir.

BEYİN PİLİ AMELİYATINDA 'HASTALIĞIN SAATİ' GERİYE ALINIYOR

Parkinson hastalığında bir devrim niteliğinde olan beyin pili ameliyatı, bir nevi hastalığın saatini geriye almaya yarıyor. Hastalara daha kaliteli bir yaşam sunan bu ameliyat ağrısız bir şekilde yapılıyor. Hatta ameliyat hasta uyanıkken konuşa konuşa ve hasta ile yardımlaşarak gerçekleşiyor. Ameliyatlarda kullanılan 'Mikroelektrot Kayıt ve Stimülasyon Tekniği' denilen yöntemle beyindeki hedefler hata payı olmaksızın bulunur ve bu noktalara beyin pili elektrotu yerleştirilir. Bu elektrotlar, uzatma kablosu ile cilt altından geçirilip göğüste kalp pili gibi cilt altına yerleştirilen bir pil kısmına bağlanır. Böylece hastanın dış görünüşünde herhangi bir değişim gözükmez ve hastalar ağrısız bir şekilde ameliyat olur. Yüz güldüren sonuçların alındığı bu teknikte hastaların sosyal hayatlarına dönmesi, daha da önemlisi titreyen ellerinden utanmamaları mutluluk verici.

Kampanyalı etiketli, promosyon etiketli ürünlerde, deri ve aksesuar grubunda geçerli değildir.

Kampanya, Kiğılı Mağazalarında 31/10/2018 tarihine kadar Kiğılı İlkbahar-Yaz Koleksiyonunda geçerlidir. Barkod fiyatı üzerinden net %60 indirim uygulanacaktır. Kampanya, diğer kampanyalarla birleştirilemez. Kiğılı, kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar.

TÜRK İŞ DÜNYASINDAN BİR ŞARIK TARA GEÇTİ...

ENKA HOLDİNG FAHRİ BAŞKANI ŞARIK TARA, 88 YAŞINDA HAYATA GÖZLERİNİ YUMDU. TÜRK İNŞAAT SEKTÖRÜ İÇİN ADETA BİR OKUL KONUMUNDA OLAN ENKA'YI, 1957 YILINDA ENİŞTESİ SADİ GÜLÇELİK İLE BİRLİKTE KURAN TARA, HEP GENÇLERE VERDİĞİ DEĞERLE ÖNE ÇIKTI. CUMHURİYET DÖNEMİ ÖZEL SEKTÖRÜNÜN KURUCU İSİMLERİ ARASINA ADINI ALTIN HARFLERLE YAZDIRAN TARA'NIN VEFATI, İŞ DÜNYASINI YASA BOĞDU. TARA'YI SON YOLCULUĞUNDA EKONOMİ DÜNYASININ ÖNDE GELENLERİ VE SİYASİLER YALNIZ BIRAKMADI

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Ünlü iş insanı ENKA Holding kurucusu ve ENKA Holding Fahri Başkanı Şarık Tara, 28 Haziran günü, 88 yaşında çoklu organ yetmezliği nedeniyle hayatını kaybetti... İş dünyasını derinden sarsan ENKA Holding Fahri Başkanı Şarkı Tara'nın vefatıyla ilgili olarak Maslak Acıbadem Hastanesi tarafından yazılı bir açıklama yapıldı.

Şarık Tara, 2014 yılında 37.6 milyon TL ile Türkiye'nin en fazla vergi veren kişisi olurken Türkiye'nin en zengin iş adamları sıralamalarında ilk 5'te kendine yer bulan bir iş insanı olmuştu. 27 yaşındayken kurduğu ENKA Holding'in koltuğunu 56 yaşındayken, 26 yaşında olan oğlu Sinan Tara'ya devreden Şarık Tara, nefesinin son anına kadar gençlere inandığı-

ENKA HOLDİNG FAHRİ BAŞKANI **ŞARIK TARA**

GENÇLİK VE SPOR BAKANLIĞI ESKİ BAKANI OSMAN AŞKIN BAK

"Tara'nın Türk sporuna çok önemli katkısı oldu. Türk inşaat sektöründe adını duyuran çok önemli bir büyüğümüzdü. Biz de onu örnek alırdık. Türk müteahhitlik sektörü için bir duayendi, bir vizyondu. Ortaya koyduğu başarılar, eserler, uluslararası müteahhitlik sektöründeki başarıları unutulmayacak. Spor yönüyle de gençlerimize örnek olan, onların sporla buluşmasına katkı sağlayan bir büyüğümüzdü. Mekanı cennet olsun."

TÜSİAD BAŞKANI EROL BİLECİK

"İş dünyasının duayeni Şarık Tara'nın vefatını üzüntüyle öğrendim. Türkiye'nin hemen hemen her noktasına, yurt dışında bile el değmemiş noktalara katkıda bulunan, teknolojiye, inovasyona müthiş derecede destek olan ve yatırımları olan bir insan. Yeni mezunlarımız bile onun gölgesinde yürür dersek hata yapmamış oluruz. Tara, İTÜ ekolünün müstesna bir temsilcisi ve ülkenin geleceğini gençlerle inşa eden bir hayırseverdi. Onun manevi mirası, bu topraklarda hayal kuran herkese ilham verecektir. Allah gani gani rahmet eylesin. Onu çok özleyeceğiz. Mekanı cennet olsun."

nı vurguladı. Öyle ki, torunu Mehmet Kara da bu göreve 29 yaşında geldi.
Biz de Platin olarak, Türk inşaat sektörünün duayenlerinden rahmetli Şarık Tara'nın hayatından önemli noktaları derledik. Holdingte 61 yıllık çalışma hayatıyla Türkiye ekonomisine çok önemli katkılar sağlayan Şarık Tara, arkasında bıraktığı eserlerle daima hatırlanacak.

ŞARIK TARA KİMDİR?

22 Nisan 1930'da Üsküp'te doğan Şarık Tara'nın annesi Erenköy Kız Lisesi'nde okumuş, dönemin şartları uygun olmadığından tıp tahsili yapmamış, ancak yüksek kültürlü bir kimse olan Mahmure hanımdır. Anne tarafından I. Murat'ın öncü kuvvet komutanı ve Yıldırım Bayezid tarafından Üsküp ve Kosova bölgesini idareye tayin edilmiş olan Yiğit Bey'in torunudur. Yahya Kemal ile de torun çocukları olmaları nedeniyle aralarında akrabalık bağı vardır. Babası Fevzi Bey ise bilindiği kadarı ile son üç kuşağı esnaflık yapan Karadağ kökenli Hacıhamziç (Tara'nın dedesi İbrahim Bey'in babası Hamza Bey'den dolayı bu isimle anılır.
Tara soyadı ise Karadağ'daki (Tara Dağı ve Tara Nehri'nden geliyor) ailesinden mirastır. Fevzi Tara, Üsküp, Beyrut ve Belgrad'da tahsil yapmış bir avukattır. Sancak ve Güney Yugoslavya müslümanlarının Yugoslavya Kralı nezdinde temsilciliğini de yapan baba Fevzi Tara, Manastır'da avukatlık stajını yaparken Şarık Tara'nın annesi ile tanışır.

ENKA'YI KAYINBİRADERİYLE KURDU

Şarık Tara, 1944'te ailesinin de geldiği Türkiye'de orta öğrenimini Şişli Terakki Lisesi'nde tamamladıktan sonra 1954'te İTÜ İnşaat Fakültesi'nden mezun oldu. Mezuniyetinden sonra 1957'de kız kardeşi Vildan Gülçelik'in kocası (daha sonra bir uçak kazasında vefat eden enişte) Sadi Gülçelik ile birlikte ENKA Kolektif Şirketi'ni kurarak müteahhitlik faaliyetlerine başlar. Enişte ve kayınbirader sözcüklerinin ilk hecelerinden oluşan bir isim olan ENKA Kolektif Şirketi daha sonra anonim şirkete, 1972'de de ENKA Holding'e dönüşür. Şarık Tara son olarak, ENKA Holding'in fahri (onursal) başkanlığını yapıyordu.

SABANCI HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI
GÜLER SABANCI

"Dünya çapında girişimleri ile öncü ve örnek olmuş, ENKA Holding'in kurucusu Şarık Tara'yı kaybetmenin derin üzüntüsünü yaşıyoruz. Şarık Bey, sadece yurt içi ve yurt dışında örnek müteahhitlik projelerini, kıymetli eğitim ve spor kurumlarını hayata geçirmedi. Türkiye için her zaman bunların ötesinde düşündü. Vizyoner bakış açısı ile Japonya'dan Yunanistan'a iş konseylerini, Dünya Ekonomik Forumu gibi önemli platformları Türk iş dünyasıyla ilk kez o buluşturdu. Merhum Şarık Bey'e Allah'tan rahmet, ailesine, yakınlarına ve ENKA Holding'e başsağlığı ve sabırlar dilerim".

DOĞUŞ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI
FERİT ŞAHENK

"İş dünyasının duayeni, saygıdeğer iş insanı ve büyüğümüz, Şarık Tara'nın vefatını derin bir üzüntüyle öğrendim. Türk inşaat sektörünü yurt dışına açan ve layığıyla temsil eden, eğitime, kültür ve spora yaptığı yatırımlarla hepimize örnek olmuş yüce gönüllü bir şahsiyeti kaybetmiş bulunuyoruz. Yönetim tarzından insan ilişkilerine ve memleket sevgisine dair çok şey öğrendiğimiz merhum Şarık Tara beyefendinin değerli ailesi başta olmak üzere, tüm ülkemize baş sağlığı dilerim."

FİBA HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI
HÜSNÜ ÖZYEĞİN

"Ben ona Şarık Ağabey derdim. Hakikaten bir ağabeydi. Aynı zamanda çok değerli bir iş adamıydı. Vicdanı olan bir insandı. Türkiye'de çok başarılı işlere imza attıktan sonra 1990'lı yıllarda Rusya'ya gidip oralarda çok büyük ve önemli işler yaptı. Aslında birçok Türk müteahhitin önünü açtı. Öncü bir insandı, onun yaptığı işlerden sonra Türk müteahhitlere güven geldi. En başarılı yaptığı işlerden biri de oğlu Sinan'ı çok genç yaşta işin başına koydu. İşlerinin önemli bir kısmını oğluna devretti. O bakımdan da çok başarılıydı. Kendisini Allah'tan rahmet diliyorum."

TÜRKİYE İNŞAAT SANAYİCİLERİ İŞVEREN SENDİKASI (İNTES) BAŞKANI
CELAL KOLOĞLU

"Türk inşaat sektörünün duayen ismi, ENKA Holding Fahri Başkanı, İNTES Yüksek Danışma Kurulu Başkanı Sinan Tara'nın kıymetli babası Şarık Tara'yı kaybetmenin derin üzüntüsü içindeyiz. Ülkemiz iş dünyası, Türk inşaat sektörünün gelişimine büyük emekler vermiş, binlerce kişiye istihdam yaratmış, başarıları ve örnek kişiliği ile yurt dışında da ülkemizin gurur kaynağı olan çok kıymetli bir büyüğünü kaybetti. Merhuma Allah'tan rahmet, Tara ailesine, ENKA Holding çalışanlarına ve tüm sevenlerine başsağlığı ve sabırlar diliyoruz. Türk iş dünyasının başı sağ olsun."

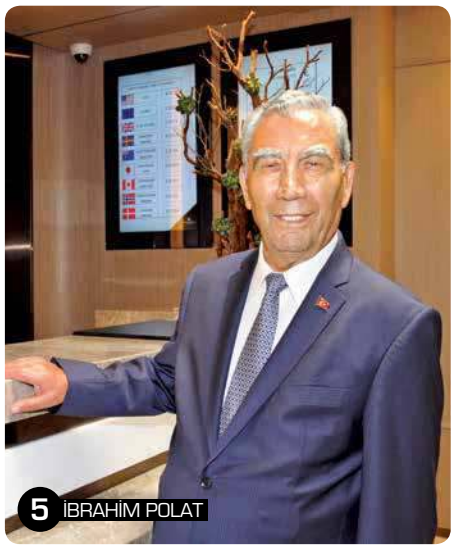
TÜRKİYE ESKİ BAŞBAKANI
TANSU ÇİLLER

"Şarık Tara öncü bir iş adamıydı. Ülkemizi yurt dışına açan öncü isimlerdendi. Kendisi aslında eğitimciydi. Çok teknik adam yetiştirdiğini bilirim. Özellikle Rusya'ya, Türk Cumhuriyetleri'ne çok ciddi açılımları olmuştur. Uzun yıllar komşumuz olmuştur. Ülkesini seven duayen bir iş adamıydı. Mekanı cennet olsun. Kendisine Allah'tan rahmet diliyorum. Ülkemiz için büyük bir kayıptır."

BOREN BAŞKANI DOÇ. DR. ABDÜLKERİM YÖRÜKOĞLU, ETİ MADEN İŞLETMELERİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI VE GENEL MÜDÜRÜ SERKAN KELEŞER VE MÜSİAD GENEL BAŞKANI ABDURRAHMAN KAAN 2

AVEC CAR RENTALS 1

3 ORKA HOLDİNG


5 İBRAHİM POLAT

BORUSAN Burada puantum
4 BORUSAN HOLDİNG

MIX

Şimdi Dalaman ve Trabzon'da

1 Avec Car Rentals, yeni ofisini yerli ve yabancı turistlerin yoğun ilgi gösterdiği Dalaman'da açtı. Geçtiğimiz yıl yaklaşık 1.2 milyon turistin ziyaret ettiği Dalaman'a 2018 yılında yaklaşık 1.5 milyon turistin gelmesi bekleniyor. Bodrum-Milas Havalimanı'ndan sonra Muğla'daki ikinci ofisini Dalaman'da açan şirket, geniş araç havuzuyla müşterilerine keyifli sürüşler vaat ediyor. Diğer şubesini ise tarihi merkezleriyle tanınan Trabzon'da açan Avec Car Rentals, bölgenin artan turistik ve ekonomik potansiyeline cevap vermeyi hedefliyor. Şirket, yakında Sabiha Gökçen Havalimanı'nda da yeni bir ofis açmaya hazırlanıyor.

Bor, MÜSİAD'IN gündeminde

2 Bor madeni ve kullanım alanları temalı MÜSİAD 99. Genel İdare Kurulu Toplantısı, Türkiye'deki tüm şube başkanlarının katılımıyla, Uşak Şubesi ev sahipliğinde düzenlendi. BOREN Ulusal Bor Araştırma Enstitüsü Başkanı Doç. Dr. Abdülkerim Yörükoğlu ve ETİ Maden İşletmeleri Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Serkan Keleşer'in katıldığı kurulda, Türkiye'deki bor rezervleri, bor ürünlerinin kullanımı, bor üretiminde yeni inovasyon anlayışı ve bora dayalı sektörlerde iş birliği konuları ele alındı. MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman Kaan, bor madeninin Türkiye'nin geleceği için önemli olduğunu vurguladı.

82 ülkeyi ağırladı

3 Dünyanın her köşesinden ağırladığı misafirleri ile sezonluk bayi toplantısını birleşmiş milletler toplantısına çeviren Orka Holding, İlkbahar-Yaz 2019 Koleksiyonu'nu tanıttı. Pullman Otel'de gerçekleşen bayi toplantısında, bayilere ve satın alma heyetlerine özel bir defile ile koleksiyonun görülmeye değer parçalarını sergiledi. Bu yıl yurt dışında açmayı hedefledikleri 50 mağazadan 20'sinin açılışını gerçekleştirdiklerini belirten Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, "Global yolculuğumuz ışık hızıyla devam ediyor. Bizim için gün Avustralya'da başlıyor, Avrupa'da devam ediyor ve Güney Amerika'da sona eriyor" dedi.

Genç yeteneklere iki ödül

4 İnsan kaynakları politikalarında çalışanlarının profesyonel gelişimine, yönetime katılımına ve gençlerin desteklenmesine her zaman öncelik veren Borusan, bu yöndeki iki projesi ile iki global ödülün sahibi oldu. Peer Awards for Excellence ödüllerinin İnsanlar& Performans dalında, Borusan 'Alpha Genç Yetenek Programı' Yeteneğin Beslenmesi (Nurturing Talent) kategorisinde birincilik ödülünü aldı. Borusan'ın online geri bildirim aracı Puantum ise aynı dalda Teknoloji Kullanımı kategorisinde inovatif ve sektörüne değer katan Özel Jüri Ödülü'nü kazandı. Ödüller, Londra'da düzenlenen bir törenle sahiplerine verildi.

Ömür boyu başarı ödülü

5 İbrahim Polat; Avrupa'da franchise sistemini uygulamada öncülük yapmış olması, Marriott ile alt markalarının Türkiye'de bilinirliğini sağlayarak Türkiye'ye ilk Renaissance Oteli'ni açması ve marka değerini yükseltmesi nedeniyle, Marriott tarafından ödüllendirildi. 'Ömür Boyu Başarı Ödülü', Marriott Otelleri Avrupa Başkanı Amy Mc Pherson tarafından İbrahim Polat adına toplantıda hazır bulunan Polat Turizm Genel Müdürü Anıl Boydaş Tınaz'a takdim edildi. 25 yıldır Marriott'ın Türkiye'de tanınmasında önemli rol oynayan Polat Turizm Otelcilik ve Ticaret A.Ş'nin Türkiye'de üç oteli bulunuyor.

HASSAS KARGOLARINIZ
TURKISH CARGO İLE EMİN ELLERDE.
Hassas Kargolarınızı Büyük Bir Özveri ve Titizlikle Dünyanın En Çok Ülkesine Taşıyoruz.
TURKISH CARGO
turkishcargo.com | 0 850 333 0 777

ING GRUBU'NA TÜRKİYE'DEN YÖNETİCİ İHRACI

ING Bank Türkiye'den ING Grubu'na yapılan üst düzey atamalar 2018 yılında da devam ediyor. ING Bank Türkiye'de nakit yönetimi ve ticaret finansmanı direktörü olarak görev yapan İlker Özdemir, ING Grubu KOBİ ve Ticari Bankacılık Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Global Başkanı olarak atandı. Özdemir, bankacılık deneyiminin yanı sıra satış, ürün geliştirme, kanal yönetimi ve alternatif dağıtım kanalları gibi alanlardaki uzmanlığını da Hollanda'ya taşıyarak, ING Bank Türkiye'yi global yönetim ekibinde temsil edecek. Özdemir, ING Grubu'ndaki yeni görevine 1 Eylül'de başlıyor.

ING GRUBU KOBİ VE TİCARİ BANKACILIK SATIŞ VE PAZARLAMADAN SOR. GLOBAL BŞK. İLKER ÖZDEMİR

ODEABANK'A YENİ GMY

Odeabank Yönetim Kurulu, Türk bankacılık sektörünün deneyimli yöneticilerinden Mehmet Gökmen Uçar'ı, Odeabank'a strateji ve iş geliştirmeden sorumlu genel müdür yardımcısı olarak atadı.

1998 yılında Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü'nü tamamlayan Uçar, 20 yıla yakın bir süre ulusal ve uluslararası banka ve kurumlarda yöneticilik görevlerinde bulundu. Uçar, son olarak Ocak 2016 tarihinden bu yana Yapı Kredi Bankası İnsan Kaynakları ve Organizasyon Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı ve İcra Komitesi Üyesi görevini sürdürüyordu.

ODEABANK STRATEJİ VE İŞ GELİŞTİRMEDEN SORUMLU GENEL MÜDÜR YRD. MEHMET GÖKMEN UÇAR

MNG KARGO'DA YÖNETİM DEĞİŞİKLİĞİ SÜRÜYOR

Genel müdür Boran Uzun liderliğinde köklü bir değişim sürecinden geçen ve deneyimli isimlerle yönetim ekibini güçlendirmeye devam eden MNG Kargo'da Özgün Şahin; ticari faaliyetlerden sorumlu genel müdür yardımcısı olarak atandı. MNG Kargo'da başlayan yeni dönemde büyük hedefler belirlediklerini ifade eden Özgün Şahin, "Bu dönemde odağımızdaki öncelikli konulardan biri de teknoloji. Şirketimizi ve sektörümüzü ileri taşıyacak teknolojik yatırımlara hız verirken e-ticaret alanında hem kullanıcıların hem de firmaların memnuniyetini artıracak çözümler geliştireceğiz" diyor.

MNG KARGO TİCARİ FAALİYETLERDEN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ÖZGÜN ŞAHİN

SODEXO AVANTAJ VE ÖDÜLLENDİRME HİZMETLERİ İNGİLTERE ORGANİZASYONU İCRA KURULU BAŞKANI BURÇİN RESSAMOĞLU

SODEXO İNGİLTERE'YE TÜRKİYE'DEN TRANSFER

Sodexo'nun 2012 yılından bu yana icra kurulu başkanlığı görevini yürüten Burçin Ressamoğlu, Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri İngiltere organizasyonunun icra kurulu başkanı olarak atandı. Ressamoğlu, aynı zamanda Sodexo Grubu'nun İngiltere ve İrlanda Liderlik Komitesi'nde görev alacak. Sodexo Grubu'na katıldığı 2012 yılından bugüne Sodexo Türkiye Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri'nin icra kurulu başkanlığı görevini yürüten Ressamoğlu, güçlü bir yönetim ekibi ve dijitalleşme stratejisiyle şirketin istikrarlı büyümesini ve gelişen finansal sonuçlar elde edilmesini sağladı.

KALDER GENEL KOORDİNATÖRÜ TUĞRUL FADILLIOĞLU

KALDER GENEL KOORDİNATÖRÜ FADILLIOĞLU OLDU

Mükemmellik kültürünü yaşamın her alanına yaymak ve sürdürülebilir hale getirmek için çalışmalarını 'EFQM Mükemmellik Modeli' çerçevesinde 27 yıldır istikrar ve başarıyla sürdüren Türkiye Kalite Derneği'nde (KalDer) Genel Koordinatörlük görevine Tuğrul Fadıllıoğlu atandı. Fadıllıoğlu, yeni görevine 11 Temmuz tarihinde başladı. Fadıllıoğlu, İnci Holding'e bağlı ISM Makine'de yönetim kurulu üyeliği görevini sürdürürken KalDer'in kuruluşunu takiben Ödül Denetçiliği, KÖYK (TMÖYK) Üyeliği ve KalDer İzmir Şube Kurucu Başkanlığı görevleri ile KalDer'e emek verdi.

ŠKODA SUPERB: OTOMOBİLİNİZ KARTVİZİTİNİZ!

ŠKODA
SIMPLY CLEVER

ŠKODA'nın tercihi Castrol

Şık tasarımı ve konforuyla çok konuşulan ŠKODA Superb, işinde adından çok söz ettirenleri güvenli ve prestijli bir yolculuğa çıkarıyor. Uygun filo yönetimi çözümleri, sınıfının en geniş iç ve bagaj hacmiyle ŠKODA Superb, sizi işinizin yıldızı yapacak.

/SkodaTurkiye
www.skoda.com.tr
skodafilo@skoda.com.tr

ŠKODA Superb için ortalama yakıt tüketimi 4.1-7.1 litre/100 km arasında olup CO_2 salımı 107-160 g/km arasındadır.

Uçak Mühendisi Muhammed Yılmaz
yilmazmuh@yilmazmuh.com

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE DUOPOL ESİNTİSİ

BOEING VE AIRBUS'IN PAZARDAKİ PAYINI HER GEÇEN GÜN ARTIRACAK ADIMLAR ATMASIYLA HAVACILIK ENDÜSTRİSİ GİDEREK GÜÇLÜ BİR DUOPOL HALİNE GELİYOR

Havacılık endüstrisinin şirketler arasında iş birliği konusunda iyi bir geçmişe sahip olduğunu söylemek zor. Sektör -demode bir şekilde- iş birliğinden çok, köklü birleşmeler ve devralma kültürüyle ilerleme eğilimine sahip. Son birkaç yılda yapılan bazı teknoloji iş birlikleri bu durumun değişmesi için yeterli görünmüyor. Geçtiğimiz ay yaşanan iki büyük gelişme de bu kültürün asla değişmeyeceğinin göstergesiydi.

Sektöre yön veren Amerikalı imalatçı Boeing ile Avrupalı imalatçı Airbus, birbirlerinin teknoloji ve ürünlerini çok yakından takip ediyor. İki üretici, dar ve geniş gövde olmak üzere bütün uçak pazarlarında, havayollarına rakip ürünler sunuyor. Satranç tahtasının iki tarafında oturan devler, böylece tüm sektörün yaklaşık yüzde 90'ına hakim durumda.

Her iki şirketin de ürün gamında, 100-160 yolcu kapasiteli bölgesel uçak pazarına hitap eden ürünleri yoktu. Bu pazardaki ihtiyacı Brezilyalı Embraer ve Kanadalı Bombardier karşılıyordu.

Uzun zamandır bölgesel uçak pazarında-

ki pastadan da payını almak için hamleler düşünen iki imalatçıdan ilk harekete geçen Airbus oldu. Geçtiğimiz aylarda Boeing, Bombardier C Serisi uçakların üretim programının Kanada Hükümeti tarafından desteklendiği gerekçesiyle, ABD Ticaret Bakanlığı'na şikayette bulundu. Trump yönetimi de Boeing'e destek vererek bu uçakları satın alan ABD'li havayolu şirketlerine yüzde 300'e varan ekstra vergi getirdi.

Airbus, adeta krizi fırsata çevirerek büyük bir çıkmaza giren Kanadalı imalatçı Bombardier ile Ekim 2017'de uçakların üretim programının kendilerine geçmesi konusunda anlaştı. Yüzde 50,01'lik çoğunluk hisseyi satın alan Airbus, 1 Temmuz itibariyle direksiyona geçti.

SEKTÖRE YÖN VEREN AMERİKALI İMALATÇI BOEING İLE AVRUPALI İMALATÇI AIRBUS, BİRBİRLERİNİN TEKNOLOJİ VE ÜRÜNLERİNİ ÇOK YAKINDAN TAKİP EDİYOR. İKİ ÜRETİCİ, DAR VE GENİŞ GÖVDE OLMAK ÜZERE BÜTÜN UÇAK PAZARLARINDA, HAVAYOLLARINA RAKİP ÜRÜNLER SUNUYOR

Kalan hisselerin yüzde 31'i Bombardier'in ve yüzde 19'u da Québec Investment'ın oldu.

10 Temmuz günü Airbus'ın Toulouse'daki tesislerinde düzenlenen benim de katıldığım büyük bir törenle Airbus ailesinin en yeni üyesi dünyaya duyuruldu. CS100 ve CS300 olmak üzere iki modeli bulunan uçakların isimleri de Airbus A220-100 ve A220-300 olarak değiştirildi. Airbus, 100-160 koltuk kapasiteli A220'lerin, dar gövde uçak pazarında, en çok satan modelleri olan A320neo ailesinin mükemmel bir tamamlayıcısı olacağı görüşünde.

Anlaşmaya göre şirketin merkezi ve son montaj hattı Kanada'nın Mirabel şehrinde kalacak. Ancak Airbus, ABD'nin Alabama eyaletindeki fabrikasında uçak için ikinci montaj hattı açmayı planlıyor.

Bütün bu gelişmeler üzerine Boeing de Brezilyalı Embraer ile stratejik bir ortaklık kurulacağını duyurdu. Birlikteliğin, her iki şirketin de küresel havacılık pazarında büyümesini hızlandırmayı amaçladığı vurgulanırken, ortak girişimin yüzde 80 hissesi Boeing'in, yüzde 20'si ise Embraer'in olacak. Embraer'in tüm ticari faaliyetlerinin 4.75 milyar dolar olarak belirlendiği; Boeing'in bu miktarın yüzde 80'i olan 3.8 milyar dolar ödeyeceği açıklandı.

Stratejik ortaklığın mali ve operasyonel detaylarının kesinleşmesi ve anlaşmanın resmiyet kazanması, uzun bir süreç gerektiriyor. Brezilya Hükümeti'nin onayı ve diğer hissedarların kabulü ile birlikte diğer düzenleyici onaylar da beklenecek. Boeing Embraer ortaklığının resmiyete kavuşması için 2019'un sonu işaret ediliyor.

Böylece Embraer'in E-Jet ailesini portföyüne ekleyecek olan Boeing, yurt dışındaki üretim üssünü genişletecek ve bölgesel uçak pazarının da en önemli aktörlerinden biri olacak. Ama asıl önemlisi Airbus ve Boeing arasındaki rekabet yeni bir boyut daha kazanırken, kendilerinden sonra gelen en büyük iki imalatçıyı da oyunun dışına çıkarmış olacaklar.

A220'YE YAKINDAN BAKIŞ

Yüzde 20'ye varan yakıt tasarrufu nedeniyle çevreci olmasıyla öne çıkan A220, daha hafif ve daha sessiz motorlarıyla yolculara keyifli bir seyahat vaat ediyor. Operasyonel kolaylığı sayesinde daha küçük ve London City gibi zorlu havalimanlarına uçmak isteyen havayolları için oldukça iyi bir seçenek gibi görünen A220'yi havayollarının büyük hub'ları beslemek amaçlı kullanılacağı öngörülüyor.

Bugüne kadar 402 sipariş alan ve 38'i teslim edilen C serisi uçaklarının 23'ü Swiss, 9'u Air Baltic ve 6'sı da Korean havayolları filosunda 75 bin saatten daha uzun süredir uçuyor. Bu uçaklar günde 10'dan fazla uçuşta toplamda 18 saatin üzerinde operasyon yapıyor. Airbus bu uçaklardan önümüzdeki 20 yıl içinde 3 bin adet satmayı planlıyor. Temmuz ayı sonunda düzenlenen Farnborough Airshow sırasında da ilk A220'nin teslimatı Air Baltic'e gerçekleştirildi.

Airbus'ın A220'yi duyurmasının hemen ardından Amerikalı JetBlue, daha önce verdiği 60 tane Embraer siparişini A220-300'e çevirerek Airbus'ın yüzünü güldürdü. Böylece A220'nin sipariş sayısı bir anda yüzde 15 arttı. Jet Blue'nun uçakları 2020'de teslim edilmeye başlanacak.

A220'de kabin, 3 artı 2 koltuk konfigürasyonuna sahip. Baş üstü dolapları oldukça geniş. Koltuk arası diz mesafesi yeterli görünüyor. Pencerelerin büyüklüğü iyi bir görüş açısı sunuyor. Aydınlatma sistemi sayesinde de ferah bir kabin oluşturulmuş. Bu da rahat ve keyifli bir yolculuk vadediyor. Kokpit şimdilik C Serisi ile tamamen aynı. Önümüzdeki süreçte Airbus kokpitine daha fazla benzetileceği söyleniyor. Yani uçak bir süre sonra kabin ve kokpitteki dokunuşlarla daha fazla Airbus'a benzeyecek gibi görünüyor.

HÜRJET 2022'DE GÖKYÜZÜYLE BULUŞACAK

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SAVUNMA İHRACATINA İMZA ATAN TÜRK HAVACILIK VE UZAY SANAYİİ, ŞİMDİ DE İLK YERLİ ÜRETİM SÜPERSONİK UÇAĞI GÖKYÜZÜYLE BULUŞTURMAYA HAZIRLANIYOR

Dünyanın en önemli havacılık organizasyonlarından biri olan Farnborough Airshow, 16-22 Temmuz tarihleri arasında düzenlendi. Tüm sektörü Londra'da bir araya getiren fuarın Türkiye'den en önemli katılımcısı Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. oldu.

Eski adı TAI olan şirket, fuardan kısa bir süre önce hem adını hem de logosunu değiştirdi. Böylece ilk kez uluslararası arenada yeni kurumsal kimliğiyle boy gösterdi. Eylül ayında ilk uçuşu planlanan T-625 Özgün Helikopter ve İnsansız Hava Aracı ANKA'yı fuarda sergileyen şirketin bir başka sürprizi ise Hürjet oldu. Tamamen Türk mühendisler tarafından tasarlanıp üretilen eğitim uçağı Hürkuş'a jet motoru entegre edilmesiyle ortaya çıkan, jet eğitim ve hafif taarruz uçağı Hürjet'in birebir aynı ölçülerdeki modeli yani mock-up'ı ilk defa FIA 2018'de sergilendi. İlk olarak geçtiğimiz Ağustos'ta duyurulan Hürjet'in 2022 yılında gökyüzü ile buluşması planlanıyor. Şirketin CEO'su Temel Kotil, 2021'de uçağı havalandırmak konusunda son derece umutlu.

Ses hızının 1.2 katı hıza ulaşması planlanan uçak (1.2 Mach) böylece bir Türk üretici tarafından üretilen ilk süpersonik uçak olacak. T-38 jet eğitim uçaklarının yerini alacak Hürjet, aynı zamanda Türkiye ile İngiltere'nin ortak geliştireceği 5'nci nesil savaş uçağı TF-X projesine faydalı bir deneyim sağlayacak.

YAPILAN UZUN GÖRÜŞMELER NETİCESİNDE PAKİSTAN'A 30 ADET ATAK HELİKOPTERİ SATIŞI KESİNLEŞTİ. BÖYLECE 1.5 MİLYAR DOLAR İLE TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SAVUNMA İHRACATI GERÇEKLEŞTİRİLMİŞ OLDU

Uzunluğu 13 metre, kanat açıklığı 9.8 metre, menzili 2592 km olan Hürjet'in seyir yüksekliği 13.8 kilometre. Tek motora sahip olacak Hürjet için henüz motor seçimi yapılmadı. Seçilecek motorun General Electric (GE) F404 olması muhtemel görünüyor. Hürjet'in kokpiti için Martin-Baker fırlatma koltuğu seçilmiş. Kaska entegre gösterge sistemine sahip olan uçağın kokpitinde, Aselsan tarafından üretilen geniş ekranlar da göze çarpıyor. Hürjet aynı zamanda ilk milli hava füzeleri Gökdoğan ve Bozdoğan başta olmak üzere yerli silahlarla donatılacak. Hürjet'e dair dikkat çeken diğer detay ise ana renginin siyah olması. Uçak, son dönemde askeri alanda sıkça karşımıza çıkan dijital kamuflaj ile giydirilmiş.

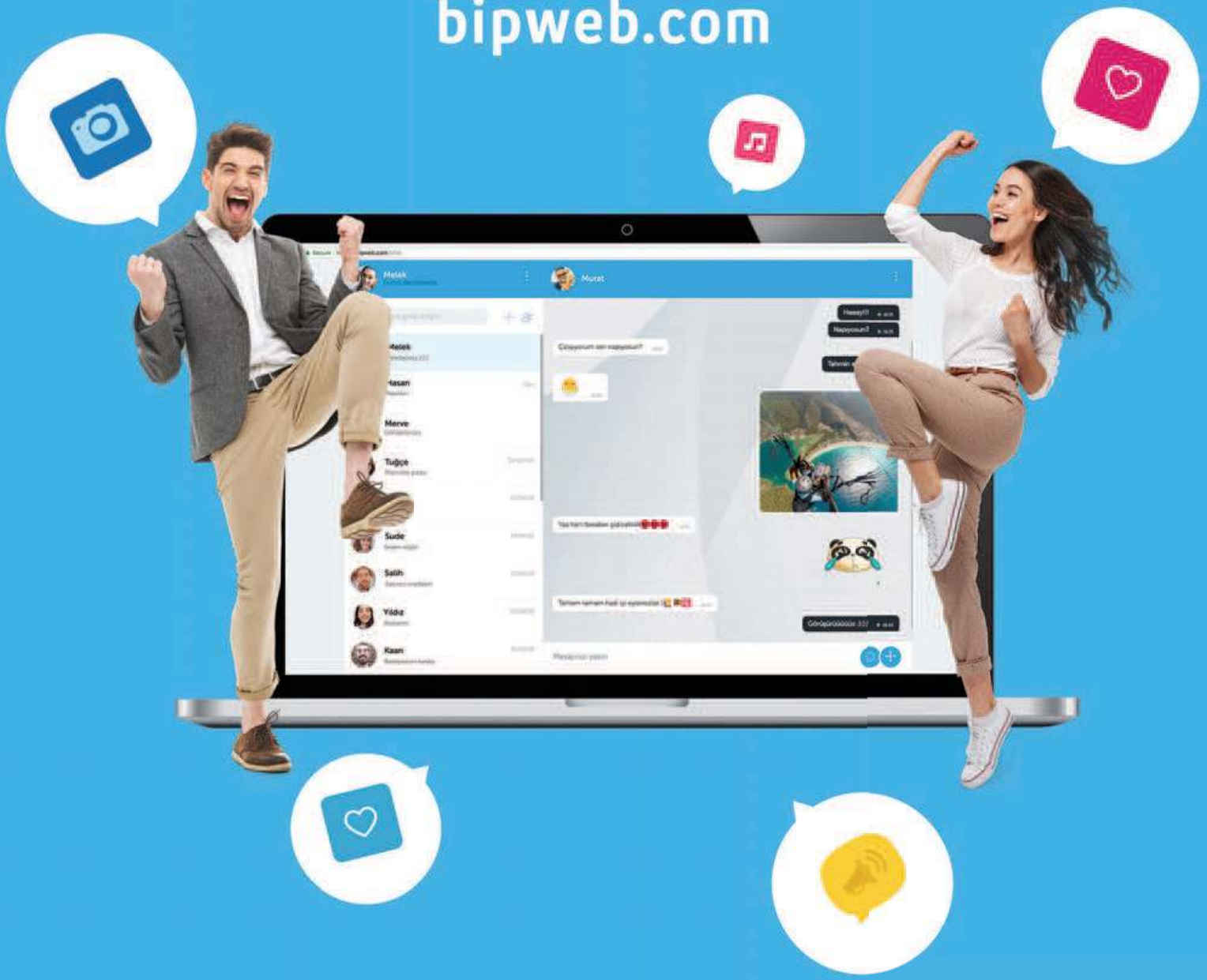
TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SAVUNMA İHRACATI

Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. tarafından üretilen T129 ATAK helikopteri, fuar boyunca gösteri uçuşu yapan tek helikopter oldu. Bugüne kadar Kara Kuvvetleri'ne 36 adeti teslim edilen T129 ATAK helikopteri çok önemli bir unvanı da ele geçirdi. Yapılan uzun görüşmeler neticesinde Pakistan'a 30 adet ATAK helikopteri satışı kesinleşti. Böylece 1.5 milyar dolar ile Türkiye'nin en büyük savunma ihracatı gerçekleştirilmiş oldu. Bu anlaşmayla Türkiye; ABD, Rusya, İtalya ve Fransa'nın ardından taarruz helikopteri ihraç edebilen 5'inci ülke oldu. Pakistan'a ilk helikopterin 3-4 ay içinde teslim edilmesi ve tüm projenin ise 2.5 yıl içinde tamamlanması planlanıyor.

BU İŞTE BİP WEB VAR

İş arkadaşınla işleri hızlı halletmek için, BiP WEB'den mesajlaş.

bipweb.com



COMPAREX TURKEY 3 BİNE YAKIN ÜRÜN VE ÇÖZÜM SUNUYOR

YAZILIM DANIŞMANLIĞI VE BULUT ALANLARINDA MÜŞTERİLERİNE FARKLI ÇÖZÜMLER SUNAN COMPAREX TURKEY CEO'SU IRMAK PAKDEMİR, FAALİYETLERİ VE GELECEĞE YÖNELİK HEDEFLERİYLE İLGİLİ ÖNEMLİ AÇIKLAMALARDA BULUNDU...

Bugün 35 ülkede 80'in üzerinde lokasyonda 2 bin 500'e yakın çalışanı olan COMPAREX, hizmet sunduğu alanlarda EMEA bölgesinin pazar lideri olarak dikkat çeken bir şirket. Grubun global cirosu 2.2 milyar Euro seviyesinde ve bu rakamın 1 milyar Euro'luk kısmı bulut tabanlı çözümlerden elde ediliyor. Şirketin sunduğu ürün ve çözümlerin sayısı ise 3 bine yaklaşıyor. COMPAREX Turkey CEO'su Irmak Pakdemir, Türkiye'deki durum hakkında ise şu bilgileri veriyor: "Türkiye'de Dataserv faktöründen bahsetmemiz gerekiyor. COMPAREX Turkey'nin köklerini oluşturan Dataserv, 1997 yılında kuruldu ve Türkiye'nin öncü bilişim şirketlerinden biri diyebiliriz. 2015 yılında şirketin çoğunluk hissesinin COMPAREX AG tarafından satın alınmasıyla global bir grubun bölgedeki değerli parçalarından biri haline geldik. Oluşan sinerji ve stratejik iş birliği sonrasında hızlı bir büyüme trendi sergiledik. Bilişim 500 2017 listesinde yazılım ihracatı gelirleri, sanallaştırma yazılımları ile güvenlik yazılımlarında Türkiye'nin önde gelen şirketleri arasındaki yerimizi aldık." COMPAREX'in tüm ürün ve çözümleri, müşterilerinin gelişimine katkı veren, onlara rekabet avantajı sağlayacak uygulamalardan ve hizmetlerden oluşuyor. Irmak Pakdemir, konuyla ilgili şu açıklamalarda bulunuyor: "Örneğin yazılım danışmanlığı tarafında müşterilerimizin sahip olduğu tüm yazılım portföyünün kullanım durumunu raporluyor ve ileriye yönelik net tavsiyeler sunuyoruz. Bu bizim ana iş alanlarımızdan biri ve bu konudaki bilgi havuzumuz ve yetkinliğimiz üst düzeyde. Kurumların bulut tabanlı hizmetlere geçişinde en yakın iş ortağı olmak gibi bir vizyonumuz var."

BULUT ÇÖZÜMLERİ İŞ DÜNYASINA NE FAYDA SAĞLIYOR?

Irmak Pakdemir, bulut çözümlerinin iş dünyasına sağladığı faydalar hakkında şunları söylüyor: "Burada 2 önemli konu var: Verimlilik ve rekabet avantajı. Nasıl geçmişte şirketler manuel süreçlerden bilgisayar kullanımına ve ardından otomasyona geçiş yaptıysa, bugün de süreçlerini bulut tabanlı olarak yönetmek için bir dönüşüm içinde bulunuyor. Nesnelerin interneti (IoT) uygulamalarından optimum faydayı sağlamak, yapay zeka destekli çözümleri entegre etmek, sektörüne bağlı olarak drone kullanmaya başlamak, Blockchain tabanlı sistemleri devreye almak gibi trendlerin son derece aktif olacağı bir döneme geçiliyor. Tüm bunların ortak noktası ise bulut. Müşterilerine yapay zeka destekli servisler sunmaya başlayan bankalar, IoT tabanlı cihaz kullanan enerji şirketleri, e-devlet uygulamalarını vatandaşlara sunan ve bunun için özel bir bulut platformu kullanan kamu kurumları hepsi yeni ürün ve servisleri bulut platformu üzerinde konumlandırıyor. Bunun arkasında sadece müşterilerden ya da kullanıcılardan gelen yenilikçi ürün talepleri değil, aynı zamanda rekabet avantajı elde etmek ve verimlilik artışı sağlamak bulunuyor."

"2018'DE BÜYÜME HIZIMIZI KORUMANIN YANINDA YAZILIM İHRACATI GELİRLERİMİZİN, TOPLAM GELİR İÇİNDEKİ PAYINI ARTIRMAYI AMAÇLIYORUZ"

COMPAREX TURKEY CEO'SU **IRMAK PAKDEMİR**

"İLK 10 ŞİRKET ARASINDAYIZ"

COMPAREX Turkey, son iki yılda yüzde 400'ün üzerinde büyüme oranıyla ilerledi ve cirosunu 105 milyon TL'ye çıkardı. "Bu cironun sadece yazılım ve bulut gelirlerinden oluşması bizim için oldukça değerli" diyen Irmak Pakdemir, yılsonuna yönelik hedefleriyle ilgili şu açıklamaları yapıyor: "2018'de büyüme hızımızı korumanın yanında yazılım ihracatı gelirlerimizin toplam gelir içindeki payını artırmayı amaçlıyoruz. Yeni açıklanan, Türkiye'nin ilk 500 bilişim şirketinin yer aldığı Bilişim 500 listesinde yazılım ihracatından elde edilen gelirlerde ilk 10 şirket arasına girmeyi başardık. 2018'de bu alandaki çalışmalarımızı artırmanın yanında, halen üç şehirde görev alan 80 kişilik kadromuzu da genişletmeyi planlıyoruz."

KURYELERİ OYUNA DAVET EDİYOR

2016 YILINDA HİZMETE SUNDUĞU MOBİL KURYE UYGULAMASI İLE TÜRK TAŞIMACILIK SEKTÖRÜNDE ÇIĞIR AÇAN YURTİÇİ KARGO, SON OLARAK GELİŞTİRDİĞİ VE TESCİL ETTİRDİĞİ MOBİL OYUNLAŞTIRMA TEKNOLOJİSİ YK GAME İLE İNOVASYONU EN ÖN SIRADA TUTTUĞUNU BİR KEZ DAHA GÖSTERDİ. YURTİÇİ KARGO GENEL MÜDÜRÜ METİN KOCAEL İLE YK GAME HAKKINDA KONUŞTUK...

Duygu Sayıner / duygu.sayiner@platinonline.com

YURTİÇİ KARGO GENEL MÜDÜRÜ
METİN KOCAEL

Son zamanlarda mobil alana yönelik yatırımlarınızı artırdığınızı görüyoruz. Hayata geçirdiğiniz projeler hakkında bilgi verebilir misiniz?

Dijital dünyadaki mobil inovasyonun bir gerekliliği olarak 2016 yılında hizmete sunduğumuz Müşteri Mobil uygulaması ve Mobil Kurye uygulaması ile bir yeniliğe daha imza atmıştık. Söz konusu uygulama içerisinde geliştirdiğimiz tescilli mobil oyunlaştırma teknolojimiz YK GAME ile kuryelere oyunlaştırmaya katılıp, yapmış oldukları günlük operasyonel işleyişin neticesinde puan toplayıp sonunda ödül kazanma şansını yakalayabilecekleri bir dünya yarattık.

YK GAME hakkında bilgi alabilir miyiz? Nasıl bir sistemden bahsediyoruz?

Akıllı telefon kullanımının Yurtiçi Kargo kuryeleri arasında teşvik edilmesi amacıyla yarattığımız YK GAME'e tüm kuryelerimiz Google Play uygulamasından güncelledikleri Yurtiçi Kargo Mobil Kurye uygulaması içerisinden katılabiliyorlar. Söz konusu uygulama içerisinde yer alan oyunlaştırma teknolojisine dahil olan kuryelerimiz, yapmış oldukları günlük operasyonel işleyişin neticesinde puan toplayıp sonunda ödül kazanma şansını yakalayabiliyorlar. Kısaca bu teknoloji şöyle çalışıyor: Kuryelerimiz Mobil Kurye uygulamasını akıllı telefonlarına indiriyorlar, kargo alım ve dağıtım işleyişi için kullanmış oldukları operasyonel veriye erişiyor, yapmış oldukları her bir aktivite sonucunda puan ve kupa topluyorlar. Teslim edilen veya müşterimizden alınan her bir kargonun karşılığında kupa ve puanlar bulunuyor.

YK GAME

"KURYELERİMİZ MOBİL KURYE UYGULAMASINI AKILLI TELEFONLARINA İNDİRİYORLAR, KARGO ALIM VE DAĞITIM İŞLEYİŞİ İÇİN KULLANMIŞ OLDUKLARI OPERASYONEL VERİYE ERİŞİYOR, YAPMIŞ OLDUKLARI HER BİR AKTİVİTE SONUCUNDA PUAN VE KUPA TOPLUYORLAR. TESLİM EDİLEN VEYA MÜŞTERİMİZDEN ALINAN HER BİR KARGONUN KARŞILIĞINDA KUPA VE PUANLAR BULUNUYOR"

Bu proje ile neleri hedefliyorsunuz?

Türkiye'de ilk defa taşımacılık sektöründe kullanılacak olan YK GAME ile tüm Yurtiçi Kargo kuryelerinin bir yandan mobil cihazları daha yaygın olarak kullanarak hızlı ve kusursuz hizmet sunmalarını, diğer yandan ise asıl amacımız olan müşterilerimize daha iyi hizmet edebilmeyi ve anlık bilgi akışını sağlamayı amaçlıyoruz.

Oyunlaştırma, personelin motivasyonu üzerinde nasıl bir etkiye sahip?

Söz konusu oyunlaştırma içerisinde geliştirilen ödül sistemi ile oyunlaştırmada yer alan tüm şube ve acente çalışanlarının motivasyonlarını artırma açısından oldukça etkili bir çalışma.

Mobil tarafta başka yatırımlarınız olacak mı? Gelecek projeleriniz hakkında neler söylersiniz?

Geleceğe yönelik yaratıcı çözümler, kargo sektöründe ilkler ve müşteri odaklı hizmetler yaratmaya devam edecek, sistem yönetimi, yazılım geliştirme, altyapı ve iş sürekliliği, entegrasyon servisleri ve mobil teknolojiler alanlarında uzmanlaşmış kadromuz ile yeni projelerin çalışmalarını artırmaya çalışacağız.

5G'Lİ DÜNYAYA DOĞRU

ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE 5G ÜRÜNLERİNE VE UYGULAMA ALANLARINA AKTİF OLARAK GEÇİŞ SAĞLANARAK, 2020 YILINDA 5G'NİN KURULUMUNDA ÖNEMLİ MESAFE ALINMASI BEKLENİYOR. 5G'NİN DÜNYA ÇAPINDA HIZLA KULLANIMA GİRMESİ İÇİN JAPONYA, GÜNEY KORE, ÇİN, TAYVAN, BREZİLYA, AMERİKA, KANADA VE HİNDİSTAN ÖNCELİKLİ KATKI SAĞLIYOR. TÜRK TELEKOM DA 5G'YE HEM GLOBAL KATKI SUNUYOR HEM DE YENİ DÖNEME YÖNELİK HAZIRLIKLARINI SÜRDÜRÜYOR

Duygu Sayıner / duygu.sayiner@platinonline.com

Türk Telekom Strateji, Planlama ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı Fırat Yaman Er, haberleşmenin insan hayatındaki anahtar rolünün, dijitalleşmeyi ileriten her yeni teknolojide daha fazla arttığını söylüyor. 5G'nin (5. Nesil), haberleşme teknolojisinin giderek genişleyen kullanımlarını daha da ileriye götürdüğünü belirten Er, konuyla ilgili şu açıklamalarda bulunuyor: "5G, haberleşmeyi 'insandan insana', 'insandan makineye' ve 'makineden insana' gibi kullanımların ötesine taşımayı hedefliyor. Örneğin, elektriğin hayatımıza girmesi ilk olarak aydınlatma ile başlamıştı. Bugün ise elektrik, bu sınırlı amacın çok ötesine taşmış, insanın içinde bulunduğu ve hatta bulunmadığı ama elinin değdiği, tasarladığı her alana yayılmış durumda. Bugün de benzer bir dönüşümün evresindeyiz."

5G'nin temel vaadinin mobil ağların yarattığı servis ve uygulamaların artan ihtiyaçlarını karşılamak ve haberleşme teknolojilerini hayatın her alanına genişleterek 'her nesneye' haberleşme yeteneğini kazandırmak olduğunu ifade eden Er, bu yeniliklerin hayatın her alanında iletişimi ulaşılabilir kılacağını vurguluyor.

YAYGIN KULLANIM 2020-2030 ARASINDA

5G sistemlerinin 2020 ve 2030 yılları arasında yaygın kullanıma geçmesinin hedeflendiğini hatırlatan Fırat Yaman Er, şunları aktarıyor: "5G'nin geliştirilme sürecinin önceki 2G, 3G ve 4G mobil nesillerine göre farklı bir düzlemde ilerlediğini söylememiz gerekiyor. 5G şebekesinin önceki mobil nesillerden farklı bir şekilde, kullanım alanlarına bağlı olarak zamanla ve bölüm bölüm büyüyeceği ve yaygınlaşacağı bir yapıdan söz edebiliriz. Önceki nesiller, ülkelerin ve şirketlerin

birbirine teknoloji kabul ettirme yarışı halinde ilerledi. Şimdi ise kullanım isteğinin hızla artması ve bu isteğin internet şirketlerinin iş planlarını alt üst etmesiyle global ölçekte her paydaşın katkı vereceği, bir anlamda herkesin kazanacağı ve hayatın her noktasına haberleşmenin girebileceği ortak bir anlayışın tesisi, 5G çalışmaları ile hedefleniyor. Bugün, mobil haberleşmenin kitlelere yayılması ve beraberindeki ekosistemin hızla büyümesi, kullanıcı isteklerinin de katlanarak büyümesine sebep oluyor. 2020 yılına kadar bugünkü trafikten çok daha fazla trafiğin geçeceği ve bunun neredeyse yüzde 75'inin video olacağı bir şebekeye ihtiyaç var."

NESNELERİN İNTERNETİ ENDÜSTRİ 4.0

5G ile gelen nesnelerin interneti içeriğinin, sanayide kullanılan ve kullanılacak olan milyarlarca irili ufaklı ekipmanı da içerdiğinin altını çizen Er, "Ülkemizde bu çalışmalar daha çok Endüstri 4.0 başlığı altında geçiyor. Kısaca, şu anki veri sağlayıcılara ek olarak, çok sayıda veri üreten cihazın anlık olarak takip edilmesi ve incelenmesi sonucunda toplam verimliliği artıracak çözümleri içeriyor. Bu verimlilik artışının yanı sıra bu kadar çok cihazın olduğu durumda kablosuz haberleşmenin gerçek anlamda kullanılması büyük kolaylıklar sağlayacaktır" şeklinde konuşuyor. Gittikçe azalan bu marjın tekrar yükselmesi için yakın vadedeki çözümün, verimi artıracak Endüstri 4.0 çalışmalarında olduğunu dile getiren Er, sözlerine şöyle devam ediyor: "Akıllı üretim tesisleri, hammaddenin optimum yollardan elde edilmesinden üretim sırasındaki kayıpların azaltılmasına ve sonuçta aynı miktar ürünü daha ucuza mal edilmiş şekliyle müşteriye ulaştırılmasına kadar pek çok adımı içeriyor. Dolayısıyla karışık üretim tesislerinde her bir parçanın bütünleşik sistemin davranışlarına olan etkisini tespit edecek algoritmaların tasarlanması gerekli. Akıllı fabrikaların ekonomik katkılarının yanında, güvenlik açısından da önemli etkileri olacaktır. Karışık sistemlerde bazı değişkenlerin öngörülmeyen davranışları kartopu etkisiyle büyük hasarlara sebep olabiliyor. Akıllı fabrikaların değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya çıkararak bu tarz durumları öngörmesi ve bu durumlara karşı önlem alması gerekiyor. Dolayısıyla 5G çalışmalarının bu cihazlar arasındaki kesintisiz bilgi akışını sağlayacak zemini oluşturması, bu projelerin hayata geçmesi için ön şart. Endüstri kameraları ve sensörleri, uzaktan kontrol ve veri işleme, 5G'nin geniş bant teknolojisini gerektirirken, uzaktan izleme ve takip, 5G'nin nesnelerin interneti platformuna ihtiyaç duyuyor. Buna karşın, senkron robotlar ve bulut üzerinden programlanan gömülü işlemciler ise 5G'nin düşük gecikmeli ve aşırı güvenilir teknolojisini gerektiriyor."

"5G'NİN TEMEL VAADİ, MOBİL AĞLARIN YARATTIĞI SERVİS VE UYGULAMALARIN ARTAN İHTİYAÇLARINI KARŞILAMAK VE HABERLEŞME TEKNOLOJİLERİNİ HAYATIN HER ALANINA GENİŞLETEREK 'HER NESNEYE' HABERLEŞME YETENEĞİNİ KAZANDIRMAK"

TÜRK TELEKOM STRATEJİ, PLANLAMA VE İŞ GELİŞTİRME GENEL MÜDÜR YARDIMCISI **FIRAT YAMAN ER**

2025'TE ENDÜSTRİ ROBOTLARININ SAYISI 1 MİLYONU GEÇECEK

Üreticilerin, akıllı sistemlere bir anlamda, kaliteli ürünleri hızla pazara sunmak için geçmek istediğini dile getiren Er, "Üretim hatlarında robotların ve AG (artırılmış gerçeklik) gözlüklerinin kullanımı ile oluşan koordinasyon ve senkronizasyon sayesinde ulaşılan verim ve hız bu konuda motive edici bir etken. Bunun yanında, fabrikaların işlevsiz kalmasını engelleyen yapay zeka temelli monitör sistemleri, bakım ve onarımı planlayarak zaman kaybını önlüyor. Ayrıca bağlantılı yapılanma ve tedarik zincirinin anlık optimizasyonu ile üretim planlaması yapılıyor. 2025'e gelindiğinde 88 milyonun ötesinde üretim hattı bağlantısının olması ve endüstri robotlarının sayısının ise 1 milyonu geçmesi bekleniyor" diyor.

"DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE DANIŞMANLIK HİZMETİ SUNUYORUZ"

Türk Telekom olarak, çözüm ortakları ile Türkiye'deki sanayi şirketlerine dijital dönüşüm ve danışmanlık hizmeti sunduklarını belirten Fırat Yaman Er, konuyla ilgili şu açıklamalarda bulunuyor: "Türk Telekom, şirketlerin dijitalleşme seviyelerini tespit etmek ve dijital dönüşümleri için en kısa sürede en yüksek değeri sağlayabilecekleri stratejileri ve yol haritalarını belirleyebilecekleri gelişmiş teknolojik

çözümler sunmak üzere ortak servisler sağlayacak. Bu şekilde detaylı planın oluşturulması sonrasında sanayi şirketlerinin, Akıllı Fabrika, Varlık Performans Yönetimi ve Veri Bilimi çözümleri ile altyapı, mobilite, veri merkezi ve bulut servisleri ile dijitalleşmesine katkı vererek şirketleri rekabet içinde öne geçirmeyi amaçlıyor. Şu anda da yaptığımız çalışmalarla global anlamda 5G'nin geliştirilmesine önemli katkı sunuyoruz." 5G'nin hem gelişim sürecinde hem de tam anlamıyla hayata geçtikten sonra, gelecek neslin teknoloji ve dijital topluluğunu çatısı altına alan global bir platform oluşturacağını dile getiren Er, sözlerine şöyle devam ediyor: "Operatörler, değer zincirinin basamaklarından birine odaklı gelir elde etmelerinin yanı sıra, 5G sayesinde zincirin her bir basamağını benimseyerek daha fazla büyüyebilir, fazladan gelir akışı sağlamak adına, ağ geliştiricileri servis sağlayıcıları ve hatta servis yaratıcıları olabilirler. Şebeke altyapısı, operasyonel beceri ve müşteri güvenine yatırım sonucunda operatör şirketlerinin standart pazar paylarının ötesinde daha değerli bir alana yayılabilecekler. 5G'nin uygulandığı teknolojiler; otomasyondan akıllı şehirlere ve sanal gerçekliğe kadar hayat standartlarımızı geliştirecek. Global seviyede ekonominin büyümesine katkı sağlayarak, yeni iş alanlarının açılmasına yarayacak."

5G DENEMELERİ BAŞLADI

Önümüzdeki yıllarda 5G ürünlerine ve uygulama alanlarına aktif olarak geçiş sağlanarak, 2020 yılında 5G'nin kurulumunun temellerinin atılmasının beklendiğini ifade eden Fırat Yaman Er, şunları söylüyor: "5G teknolojilerinin hızla hayatımıza girmesi için AB nezdinde 5G denemeleri programı başladı. 5G denemeleri 5G teknolojilerini test ederken 5G pilot çalışmalarının ise teknolojilerin iş planlarıyla beraber son kullanıcıya olan değerini ölçecek şekilde planlanması düşünüldü. Genellikle özel sektör tarafından ilerletilmesi beklenen dikey alanlar ve platform deneme çalışmalarına AB'nin birkaç alanda hızlandırmak amacıyla destek vermesi bekleniyor. Ayrıca 5G Deneme Şehirleri programı ile de aday şehirlerde 5G teknolojilerinin kullanıma sokulmasıyla deneyimin genişletilmesi amaçlanıyor. Bunları desteklemek için de 5G PPP ikinci ve üçüncü faz projelerinde prototip, deney ve denemelerin önemini artırdı. Türk Telekom, kurucu üyelik ile katkı verdiği 5GTR konsorsiyumu ile bu çalışmalara dahil oldu. Ayrıca, Türk Telekom 5G PPP'de kurucu yönetim kurulu üyesi ve Open Networking Foundation kurum üyesi olarak 5G teknolojilerinin geliştirilmesi ve standartlarının oluşturulması kapsamında global oyuncularla birlikte çalışmalarına devam ediyor. Türk Telekom iştiraki Argela'nın ABD'deki şirketi Netsia aracılığı ile de mobil şebekeyi sanal ve programlanabilir bir şekilde dilimleyerek yoğun kullanımlı yerlere var olan kapasiteyi daha verimli dağıtabilen ProgRAN ürünü ile dünya genelinde kullanılacak 5G uyumlu baz istasyonlarını tasarlıyor; 5G yazılımlarını kodluyoruz. Böylece 5G'nin küresel standartlarına Türk Telekom olarak katkı yapıyoruz."

5G NELER GETİRECEK?

Yüksek hız: Gigabit ve üstü hızlar, ultra yüksek çözünürlükteki içeriklere ulaşabilmeyi ve sanal gerçeklik uygulamalarını kullanabilmeyi sağlamakla beraber; 10 Gbps hızlar mobil bulut servislerinin önünü açacaktır.

Düşük gecikme: Ağdaki gecikmelerin 1 milisaniyenin altında tutulması, gerçek zamanlı mobil kontrol ve uzaktan araca haberleşme uygulamalarının gerçekleşmesine olanak sağlayacaktır.

Yüksek kapasite: 5G ile sağlanan yüksek erişim kapasitesi, yüz milyarlarca aygıta sürekli olarak ulaşabilmeyi mümkün kılacaktır. Şimdiki kapasiteden 1000 kat fazla kapasiteye sahip birim alana ulaşacaktır.

Enerji verimliliği: Enerji verimliliğinde ulaşılacak 1000 kata varan iyileştirmeler, cihazların pil sorunlarını hemen hemen ortadan kaldıracaktır. En az 10 yıl pil ömrüne sahip sensör cihazlar hedeflenmektedir.

Yüksek coğrafi kapsama ve erişim: 5G için şart olan coğrafi kapsama ve kesintisiz bağlantı, iş planlarının ve ekonomik getirinin artmasına olanak sağlayacaktır.

"TÜRKİYE TEKNOLOJİNİN YENİ ALANLARINA GÜÇLÜ KATKILARDA BULUNABİLİR"

Türk Telekom Strateji, Planlama ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı Fırat Yaman Er, Türkiye'nin küresel ekonomide etkili bir oyuncu olma arzusunu devam ettirdiğini belirterek, "Türkiye, bu hedefini, 2023 vizyonunda açıkça ifade etti ve son birkaç yıldır küresel ekonomide gelişmekte olan tüm ekonomileri zorlamaya devam eden olumsuz koşullara rağmen, bu hedefe dair heyecanını kaybetmedi. Türkiye Ar-Ge yatırımlarını son yıllarda artırdı ve Ar-Ge harcamalarını GSMH'nin yüzde 3'üne çıkarma gayreti içerisinde. Ayrıca, teknoloji geliştirme ve standart çalışmaları bir ülkenin veya şirketin uluslararası arenada mevcudiyetinin göstergesidir. Dolaylı olarak ülke imajına ve ülke şirketlerine etkisi olacaktır. Türkiye gibi uluslararası roller üstlenmede başarılı bir ülkenin, teknolojinin yeni alanlarına güçlü katkılarda bulunması, dinamizminin iyi bir göstergesi olacak" şeklinde sözlerini tamamlıyor.

HSBC Bank AŞ tarafından yayımlanmıştır. Premier, HSBC Bank AŞ'nin sunduğu bir hizmet/ürün paketidir. HSBC Premier müşterisi olmak için bankamızda en az 100.000 TL veya muadili para cinsinden bakiyenizin bulunması yeterlidir. HSBC Bank AŞ tarafından yatırım danışmanlığı ve portföy yönetimi hizmeti verilmemektedir. Mersis No: 2587864588194500

SERTRANS YATIRIMDA HIZ KESMİYOR

1989 YILINDAN BERİ ULUSLARARASI PARSİYEL VE MULTIMODAL TAŞIMACILIK HİZMETLERİ SUNAN SERTRANS LOGISTICS, 29 YILI AŞKIN BİR SÜREDİR ULUSAL VE ULUSLARARASI MÜŞTERİLERİNİN GÜVENİLİR ÇÖZÜM ORTAĞI OLARAK ÇALIŞMALARINA DEVAM EDİYOR. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE VERDİĞİ YÜKSEK KATMA DEĞERLİ LOJİSTİK HİZMETLERİYLE ADINDAN SÖZ ETTİREN ŞİRKET, YÜZDE 100 TÜRK SERMAYESİYLE YATIRIMLARINA HIZ KESMEDEN DEVAM EDİYOR

Sertrans Logistics'in yüksek müşteri memnuniyeti yaratmak ve bir iş yapış şekli olarak gördüğü sektöre yenilik getirecek inovatif hareket alanını genişletmek adına yaptığı yatırımlar neticesinde bugün, Avrupa Yakası'nda Hadımköy tesislerinde bulunan deposu ve Muratbey Gümrüğü'ne bağlı antreposu bulunan Sertrans Logistics'in; Anadolu Yakası'nda Samandıra tesislerinde depo ve Erenköy Gümrüğü'ne bağlı antreposu bulunuyor. Bununla birlikte, müşteri memnuniyetini ve beklentileri doğrultusunda kontrollü büyüme ve sürdürülebilirlik hedeflerinden şaşmadan, ilave depo ihtiyaçlarını planlı bir şekilde hayata geçiriyor. Bu bağlamda bu yıl 7 milyon dolar tutarındaki yatırımla Hadımköy'de 30 bin metrekarelik alanda yeni bir depo daha faaliyete alınacak. 2020 başında yılında faaliyete girecek olan 40 bin metrekarelik yeni bir deponun da planlaması içinde olan firma, yıllık 70 milyonun üzerinde online ürün kapasitesi ve 50 bin metrekarelik e-lojistik alanıyla dünyanın en büyük markalarının e-ticaret operasyonlarını gerçekleştiriyor.

LOJİSTİK İHTİYAÇLARA, KÜRESEL ÖLÇEKTE ÇÖZÜM

Sektörde sağladığı yüksek müşteri memnuniyetini; tedarik zincirinin her aşamasında uyguladığı doğru-hızlı-hatasız-sürekli ve şeffaf iş yapma prensibiyle oluşturan Sertrans Logistics, sahip olduğu deneyimli ve uzman kadrosu, güçlü araç filosu ve ekipman donanımı, ileri IT teknolojileri, e-ticaret lojistiğine özel sektörde bir ilk olarak yarattığı E-comline markası, stratejik Ar-Ge grubu, yurt içi ve yurt dışına yayılmış ofisleri, sahip olduğu yüksek kapasiteli depo ve antrepoları, müşteri ihtiyaçlarına özel olarak geliştirdiği esnek ve inovatif lojistik hizmetleri ve dünya geneline yayılmış uluslararası güçlü global network ağı ile müşterilerinin dünya çapındaki lojistik ihtiyaçlarına küresel ölçekte çözüm getiren deneyimli bir yönetim uzmanı olarak biliniyor.

SERTRANS LOGISTICS CEO'SU **NİLGÜN KELEŞ**

SAHİP OLDUĞU ÖZVARLIKLARI, İNOVATİF ÜRÜNLERİ VE SEKTÖRE GETİRDİĞİ ÇÖZÜMLERİYLE SEKTÖRÜN ÖNEMLİ OYUNCULARINDAN BİRİ KONUMUNDA OLAN SERTRANS LOGISTICS, ULUSAL VE ULUSLARARASI MÜŞTERİLERİNİN GÜVENİLİR ÇÖZÜM ORTAĞI OLARAK YER ALIYOR

FAST FASHION İLE TEKSTİL SEKTÖRÜNE HİZMET VERİYOR

2017'yi yatırımlarla verimli geçiren Sertrans Logistics, Endüstri 4.0 vizyonuyla Ar-Ge merkezini açtı. Türk tekstil sektörüne özel hızlı taşımacılık markası Fast Fashion by Sertrans Logistics markasını yaratarak İspanya'da modanın başkentlerine ulaştı. 2018'in başında gerçekleştirdiği strateji çalıştayında gelecek 5 ve 10 yıllık stratejik planlarını şimdiden belirleyen şirket, 200 bin dolarlık yatırımla data center bünyesinde faaliyet gösteren veri işleme sistemleri ve sunucu parkuru son teknolojiyle donatarak müşterilerinin hizmetine sundu. Öte yandan, Depo Yönetim Sistemi anlamına gelen Warehouse Management System (WMS) üzerinde de teknolojik geliştirmelere gitti. Depo bünyesindeki tüm operasyonları etkin bir şekilde ve gerçek zamanlı yönetmek üzere tasarlanan AxataWM yazılım sistemi ile Sertrans Logistics depoları hız ve daha fazla verimlilik prensibiyle dijitalleşti. Şirketin e-ticaret lojistiği operasyonlarının teknik altyapıları da yazılım ile güçlendirildi. Ayrıca mobil uygulama kolaylığı da sağlayacak sistem, tüm müşterilerin kendi depolama sistemleri ile entegre olabilecek.

ERP ÇÖZÜMLERİMİZ İLE
FİRMANIZI GELECEĞE TAŞIYIN.
ENDÜSTRİ
4.0
Hangi sektörde olursanız olun, çözümlerimiz ile sizi de başarıya taşıyoruz:
Advertising & Promotion // Automotive // Aviation & Defense // Building Industry // Chemicals & Paint Industry //
Cooling & Heating // Construction Materials // Education // Electronics Industry // Energy Industry //
Food Industry // Furniture & Wood Processing // Geology // Glass Processing // Import & Export // Jewelry //
Leather // Logistics // Machinery & Industrial Automation // Medical Industry // Metal Industry // Mining //
Packaging // Plastic Industry // Retail // Service & Maintenance Industry // Textile & Garment // Tourism Industry
Detaylı Bilgi İçin:
www.caniaserp.com
canias ERP

TÜRK YATIRIMCILAR MAKEDONYA YOLUNDA

SABAH ERKEN SAATLERDE MAKEDONYA UÇAĞINA YETİŞMEK İÇİN YOLA ÇIKTIK. UÇAĞA BİNDİKTEN 1 SAAT SONRA İSE BALKANLAR'IN YEŞİL ÜLKESİ MAKEDONYA'YA ULAŞTIK. TÜRKİYE'DEN GELEN EKONOMİ GAZETECİLERİ OLARAK HALKBANK'IN MİSAFİRİ OLDUK. BU ZİYARETİMİZ SIRASINDA TÜRK YATIRIMCILARIN MAKEDONYA'DA PEK ÇOK FARKLI ALANDA GİRİŞİME İMZA ATTIKLARINI GÖZLEMLEDİK. HALKBANK, SÜTAŞ, LİMAK VE CEVAHİR HOLDİNG GİBİ KURUMLARIN YANI SIRA TÜRKİYE'DEN GELEN ALT YÜKLENİCİLER DE MAKEDONYA'DA TİCARİ FAALİYETLERİNE DEVAM EDİYOR. DOĞASI, TARİHİ, SICAKKANLI İNSANLARI VE 2 MİLYONLUK NÜFUSU İLE MAKEDONYA, KAPILARINI YABANCI YATIRIMCILARA AÇMAK İÇİN GEREKLİ DÜZENLEMELERİ YAPMIŞ BİR ÜLKE. YUNANİSTAN İLE ARASINDAKİ İSİM PROBLEMİNİ ARDINDA BIRAKAN, SONRASINDA DA NATO YOLU AÇILAN MAKEDONYA'NIN ÖNÜMÜZDEKİ BİRKAÇ YIL İÇİNDE İSE AVRUPA BİRLİĞİ'NE GİRMESİ BEKLENİYOR... TÜRK YATIRIMCI İÇİN SERBEST BÖLGELER VE VERGİ MUAFİYETİ GİBİ AVANTAJLAR SUNAN BALKAN ÜLKESİ, AVRUPA PAZARINA GİRMEK AÇISINDAN STRATEJİK BİR NOKTA OLARAK ANILIYOR. SINIRLARI AŞAN TÜRK YATIRIMCILARIN MAKEDONYA MACERASINI PLATİN OLARAK ANALİZ ETTİK

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

Makedonya'ya ayak basar basmaz ilk durağımız Halkbank genel müdürlüğü oluyor. Bizi karşılayan ekibin Türkçeyi ana dilleri gibi konuşuyor olmaları dikkatimizi çekiyor. Ülkede nüfusun yüzde 4'ü Türk. Türk vatandaşların evlerinde Türkçe konuştuğunu, ayrıca evi Türk okuluna yakın olan çocukların, bu okullara gitmeyi tercih ettikleri için dilimizi öğrendiklerini, Halkbank Kurumsal Pazarlama Daire Başkanı Can Memed'ten öğreniyoruz. "Burada herkes 3-5 dil bilir" diyor Memed ve ekliyor: "İngilizce bilmemek ayıptır..." Kısa sohbetimizin ardından basın toplantısına giriyoruz. Yaklaşık 1 yıldır bölgede görev yapan Halkbank Makedonya Genel Müdürü Dr. Bilal Sucubaşı, 2019 yılı hedeflerinin Halkbank'ı Makedonya'nın 3'üncü büyük bankası konumuna getirmek olduğunu söylüyor. Sucubaşı, şu yorumda bulunuyor: "Her yıl ortalama yüzde 1-1,5'lik piyasadan ilave pay alarak, hedefimizi gerçekleştirecek gibi görünüyoruz. Kredilerde ve mevduatta ortalama yüzde 10'luk bir büyüme öngörüyoruz. 5 yıllık planlarımız çerçevesinde, kârın da sermayeye eklenmesiyle ortalama yüzde 10-12 civarında büyümeyi bütün hale

getirmeye çalışıyoruz. 2016 yılında Makedonya Cumhuriyeti Merkez Bankası, bankamızı elde ettiği gelişiminden ötürü sektörde sistematik öneme sahip banka grubuna dahil etti. Bu Halkbank için çok önemli bir gelişme oldu. " Halkbank Makedonya 2011 yılında aktif büyüklüğü bakımından 9'uncu sıradaydı. Şu anda 687 milyon Euro'luk aktif büyüklüğü ile Makedonya'nın 4'üncü büyük bankası konumunda. Makedonya bankacılık sektöründe 15 farklı banka faaliyet gösteriyor. Halkbank 20'si başkent Üsküp'te olmak üzere toplam 40 şube, 512 çalışan ve 123 ATM ile müşterilerine hizmet veriyor.

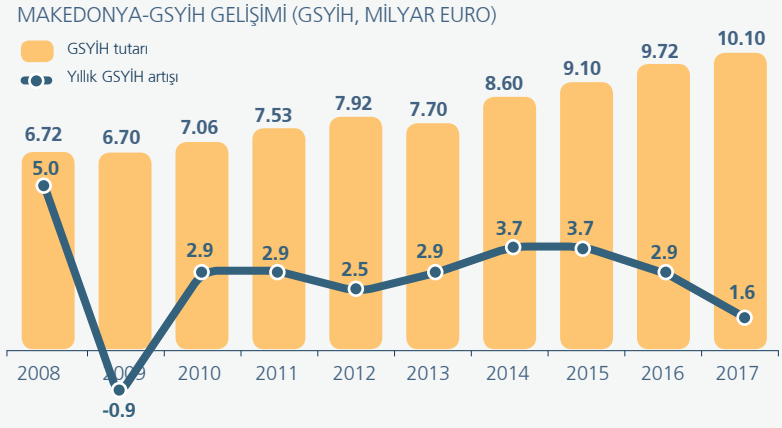
"VERGİLER VE DEVLET TEŞVİKLERİ MAKEDONYA'DA YABANCI YATIRIMCILARIN LEHİNE İŞLİYOR"

Halkbank binasından bütün gezi boyunca bize eşlik eden Halkbank Makedonya Genel Müdürü Dr. Bilal Sucubaşı ile ayrıldık ve Makedonya-Türkiye Ticaret Odası'nın (MATTO) düzenlediği basın toplantısına katıldık. Etkinliğe Makedonya Ekonomi Bakanı Kreşnik Bekteşi, Makedonya Dış Yatırımlardan Sorumlu Devlet Bakanı Adnan Kahil, MATTO Başkanı Aydoğan Ademovski, MATTO üyesi şirketlerin temsilcileri ve ülkedeki ekonomi gazetecileri katılım gösterdi. Toplantının ardından 20 yılı aşkın süredir siyasetin içinde olduğunu söyleyen Makedonya'nın Yabancı Yatırımlardan Sorumlu Devlet Bakanı Adnan Kahil ile kısa bir röportaj yapma fırsatı bulduk. Kahil'e Türk yatırımcısı için Makedonya'nın sağladığı avantajları sorduk ve şu yanıtı aldık: "Vergiler ve devlet teşvikleri Makedonya'da yabancı yatırımcıların lehine işliyor. Makedonya, Avrupa'ya yakın ve dünyaya açık bir ülke. Eğitimli bir kadrosu var. Türkiye'yi anlayan, Türkçe konuşan çok sayıda kişi var. Örneğin, Türkiye'de üretim yaptıkları takdirde Avrupa'ya nakliyat 5 bin Euro ise Makedonya'dan Avrupa'ya nakliyat bin Euro. Makedonya'nın isim sorunu çözüldü, NATO'ya girmesi kesinleşti, Avrupa Birliği'ne ise bir iki sene içinde gireceğiz. Bütün bu çıkarlar, Türk şirketlerinin gelecek planlarını etkilemelidir."

HALKBANK MAKEDONYA GENEL MÜDÜRÜ DR. BİLAL SUCUBAŞI VE MATTO BAŞKANI AYDOĞAN ADEMOVSKİ

MAKEDONYA EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

MAKEDONYA-GSYİH GELİŞİMİ (GSYİH, MİLYAR EURO)



Kaynak: Makedonya Maliye Bakanlığı resmi web sitesi

HALKBANK MAKEDONYA, 687 MİLYON EURO'LUK AKTİF BÜYÜKLÜĞÜ İLE MAKEDONYA'NIN 4'ÜNCÜ BÜYÜK BANKASI KONUMUNDA. MAKEDONYA BANKACILIK SEKTÖRÜNDE 15 FARKLI BANKA FAALİYET GÖSTERİYOR. HALKBANK 20'Sİ BAŞKENT ÜSKÜP'TE OLMAK ÜZERE TOPLAM 40 ŞUBE, 512 ÇALIŞAN VE 123 ATM İLE MÜŞTERİLERİNE HİZMET VERİYOR

MAKEDONYA DIŞ TİCARET BİLGİLERİ

DIŞ TİCARET (MİLYON EURO)

Ülke	İhracat 2017	İthalat 2017	Dış ticaret hacmi 2017
Almanya	2.351	804	3.155
B.Britanya	68	691	759
Yunanistan	180	546	726
Sırbistan	219	489	708
Bulgaristan	294	293	587
İtalya	163	377	541
Çin	56	392	448
Türkiye	78	324	402
Romanya	156	218	374
Belçika	178	118	295
İlk 10	**3.742**	**4.253**	**7.995**

Kaynak: Makedonya Maliye Bakanlığı resmi web sitesi

Seturbiz.com

İŞ SEYAHATLERİNİZİ NASIL KOLAYLAŞTIRABİLECEĞİNİZİ BİLİYOR MUSUNUZ?

BİZ BİLİYORUZ.

- Kurumsal Seyahat Danışmanlığı
- Risk ve Gider Yönetimi
- Online Rezervasyon ve Raporlama
- 7/24 Profesyonel Destek
- Şirket Seyahat Prosedürlerine Uyum
- Mobil Uyumlu Ara Yüz

Bizim işimiz sizin iş seyahatiniz.

50 Yılı Aşkın Deneyim | **2500+** Firma | **96.000** Aktif Kullanıcı

Koç

444 58 48 | seturbiz.com

Setur

LİMAK SATIŞ OFİSİ'NDE ÜLKE DİREKTÖRÜ KURTHAN APAYDIN İLE TANIŞTIK VE MAKEDONYA'DAKİ KONUT PROJELERİ HAKKINDA BİLGİ ALDIK

SÜTAŞ YÖNETİM KURULU ÜYESİ HAYDAR YILMAZ: "SADECE MAKEDONYA PAZARINI DÜŞÜNMEMEK GEREKİYOR. MAKEDONYA; KOSOVA, ARNAVUTLUK, BULGARİSTAN VE SIRBİSTAN'A KOMŞU BİR ÜLKE. BU STRATEJİK KONUMU GÖZ ARDI EDEMEYİZ. BUNUNLA BİRLİKTE MAKEDONYA, ORTA AVRUPA'DA ÖNEMLİ BİR İHRACAT MERKEZİ OLMAYA UYGUN"

SÜTAŞ, GÜNDE 400 TON ÜRETİM HEDEFLİYOR

Makedonya'da hava sıcaklığı 40 dereceye yaklaşırken, Türk yatırımlarını görmek üzere Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) Başkanı Celal Toprak ve MATTO Başkanı Aydoğan Ademovski ile yola çıktık. Ademovski, Osmanlı döneminden kalma Taş Köprü'nün bir ucundaki Stone Bridge Oteli'nin sahibi... Ülkede birçok yatırımı bulunuyor. Ramstore'lar, Capitol AVM ve inşaatı devam eden Double Tree by Hilton Ademovski'nin yatırımları arasında... Ayrıca Balkan Üniversitesi ülkede 10 yıldır eğitim sektöründe varlığını sürdürüyor. Üniversitenin yeni binasını da herkesten önce görme şansına sahip olduk. Balkan Üniversitesi'nden sonra Sütaş fabrikasını ziyaret ediyoruz. 50 bin metrekarelik alana kurulmuş tesisin sorumluğu ise Sütaş Yönetim Kurulu Üyesi Haydar Yılmaz'ın omuzlarında. Şu anda yaklaşık 120 kişiyi istihdam eden fabrikada, Pavlaka ve içilebilir yoğurt gibi Makedonya'ya özgü süt ürünleri de üretiliyor. Günde yaklaşık 200 ton üretim yapan Sütaş'ın hedefi, yakın zamanda bunu 400 tona çıkarmak. Makedonya'nın Balkanlar için çok önemli bir merkez olduğunu vurgulayan Yılmaz, şu yorumda bulunuyor: "Sadece Makedonya pazarını düşünmemek gerekiyor. Makedonya; Kosova, Arnavutluk Bulgaristan ve Sırbistan'a komşu bir ülke. Bu stratejik konumu göz ardı edemeyiz. Makedonya, Orta Avrupa'yla ilgili önemli bir ihracat merkezi olmaya uygun. 2017 yılında Avrupa'ya ürünlerimizi ihracat edebilme sertifikası aldık. Zannediyorum ki, Makedonya'da Avrupa'ya ihracat gerçekleştirebilme sertifikasına bir tek biz sahibiz. Şu anda İngiltere'ye, Macaristan'a, Belçika'ya ve Almanya'ya ihracat yapıyoruz."

YATIRIMCILAR NEDEN MAKEDONYA'YI TERCİH EDİYOR?

İlk günün son durağı olan Limak Satış Ofisi'ne varmadan Cevahir Holding'in konut projesini gördük. Üsküp'te her şeyin birbirine ne kadar yakın olduğunu bu noktada anladık. Limak Satış Ofisi'nde Ülke Direktörü Kurthan Apaydın ile tanıştık. 9 aydır bölgede görev yapan Apaydın, Makedonya'nın hikayesi ve potansiyeli olduğunu söylüyor. Ülkenin Osmanlı tarihi, konuşulan üç resmi dilden birinin Türkçe olması, kültürel ve coğrafi yakınlık gibi etkenler Türk yatırımcının ülkeye gelmesini kolaylaştırıyor. Ancak Apaydın'ın da konuşmamızda belirttiği üzere ülkenin Yunanistan ile arasındaki isim problemini çözmesi, NATO'dan davet alması ve yakında Avrupa Birliği'ne de gireceği beklentisi yatırımcıların gözlerini bu küçük Balkan ülkesine çevirmesine neden oluyor. Türk yatırımcısının Makedonya'ya olan ilgisinin tek sebebi kültürel nedenler değil. Fitch'e göre kredi notu BB olan ülkenin, 2017 yılı itibariyle Türkiye'yle dış ticaret hacmi 402 milyon Euro. Makedonya'nın Türkiye ile arasında serbest vize rejimi uygulaması bulunuyor. Ülkenin, organize sanayi bölgesi ve serbest ekonomik bölgelere sunduğu yatırım ayrıcalıkları ise şu şekilde sıralanabilir: 10 yıllık kurumsal vergi muafiyeti (takiben

"MAKEDONYA YATIRIMA İHTİYACI OLAN BİR ÜLKE"

Makedonya'nın yabancı yatırımcılar için avantajlı bir ülke olduğunu söyleyen Halkbank Makedonya Genel Müdürü Dr. Bilal Sucubaşı şu yorumda bulunuyor: "Şu anda Makedonya cari açık veren ve ciddi anlamda yatırıma ihtiyacı olan bir ülke. Geçtiğimiz 2 yıl içerisinde politik sebeplerden dolayı yatırım anlamında ciddi bir durma oldu. Yeni seçimler sonrası Yunanistan ile olan isim probleminin çözülmesi ile yatırımlar ivme kazanacak gibi görünüyor. Bu ivmeyi artırmak adına hükümet de birtakım kolaylaştırıcı önemler aldı. Makedonya'nın genelinde kişisel gelir vergisi ve kurumsal vergiler yüzde 10 civarında. Bu, bölgede ve dünyada nerdeyse en düşük oranlara tekabül ediyor. Bunu bir avantaj olarak görebiliriz. İş gücü maliyetinin düşük olması, işsizlik oranın yüksek olması ekstra avantajlar. Onun dışında bölgesel ve lojistik olarak, bulunduğu pozisyon da hem Avrupa'ya hem Orta Doğu'ya üretim yapılabilecek, satış yapılabilecek avantajlı bir yer."

yüzde 10), 10 yıllık kişisel gelir vergisi muafiyeti (takiben yüzde 10), ihracat için KDV ve gümrük vergisi muafiyeti, belediye vergileri muafiyeti, altyapı desteği olarak doğalgaz, elektrik enerjisi, su ve kanalizasyon şebekesi bağlantısı, düşük kiralama bedeli ile 99 yıllık arazi imtiyazı ve 500 bin Euro'ya kadar yatırıma hibe olarak devlet katkısı… Akşam yemeğinde bir araya geldiğimiz Türkiye Cumhuriyeti Üsküp Büyükelçiliği Ticaret Başmüşaviri Bünyamin Kutlu, Makedonya'nın Türk yatırımcısı açısından şanslı bir ülke olduğunu söylüyor. Kutlu sözlerine şöyle devam ediyor: "Makedonya'da çok sayıda Türk şirketi bulunuyor. TAV, Halkbank, Cevahir, Limak, Sütaş, Acıbadem ve LC Waikiki… Bu markalar, Makedonya'da Türk imajına çok büyük katkıda bulundu. Yatırımcılarımıza Makedonya'ya gelmeden önce bilgilendirme yapıyoruz, yatırım ortamına dair raporlar paylaşıyoruz. Gelmeden randevulaşıyoruz, geldiklerinde ilgili bakanlarla, bürokratlarla görüştürüyoruz. Gerekirse Halkbank'ı ziyaret ediyorlar. Yatırım yapmak istedikleri sektörlerde yer alan Türk iş adamları ile görüştürüyoruz,

ENERJİ, TARIM VE TELEKOMÜNİKASYON SEKTÖRLERİ GELECEK VAAT EDİYOR

Halkbank'ın davetlisi olarak gittiğimiz Makedonya'da sektöründe öncü isimlerle bir araya gelerek, bazı yatırım tavsiyeleri aldık. Makedonya'nın gerçek zenginliği işlenmemiş toprakları. Güneye doğru var olan yarı Akdeniz İklimi tarımsal yatırımlar ve hayvancılık için çok uygun bir yatırım ortamı sağlıyor. Ülke, hem hayvansal üretimde hem de tarımda kendi ihtiyacını karşılamakta yetersiz kalıyor. Bu alanlarda ithalata bağımlı bir ülke… Dolayısıyla tarım ve hayvancılığa ek olarak meyve-sebze paketleme ticaretine yönelik yatırımlar tavsiye ediliyor. AB mevzuatına paralel düzlemde çıkan enerji kanunuyla da yenilebilir enerjiye vurgu yapılıyor. Makedonya, enerjide de yüzde 40 ithalatçı durumunda. Bu alanda ciddi yatırımlara ihtiyaç duyuluyor. Özellikle rüzgar ve güneş enerjisi alanında Türkiye'den yatırımlar bekleniyor. Bir diğer önemli yatırım alanı ise telekomünikasyon… Makedonya'da şu an iki telefon operatörü var. Üçüncü bir operatör arıyorlar. Bu alanda da ülkemizden bir firma ilgilenirse yatırım yapılmasına açık Makedonya. Son olarak Makedonya'nın en büyük sorunu doğalgaz dağıtımı. Doğalgaz dağıtımı ve pazarlaması alanında ihalelerin önümüzdeki yıl açılması bekleniyor. 2014'te başkent Üsküp'ün ihtiyacını karşılamak adına bir ihale açıldı. AKSA almak üzereyken ihale iptal oldu. Birçok alanda ithalatçı olan Makedonya, nerdeyse her alanda kapılarını yabancı yatırımcılara açmış durumda… Dünya Bankası'nın yayınladığı 'Doing Bussiness 2016' raporuna göre Makedonya, yatırımcılara sunduğu ayrıcalıklar nedeniyle dünya çapında yatırım yapılabilir 12'nci ülke seçildi. En büyük ayrıcalıklardan biri yüzde 10'luk sabit kurumlar vergisi ve kişisel gelir vergisi oranı. Tabii ki Türk yatırımcılarda bu ayrıcalıkların peşinde Makedonya yolunda… En büyük temsilcimiz Halkbank'ın yanı sıra Tab Gıda, Acıbadem Hastaneleri, DeFacto, LC Waikiki, Koton, Cevahir Holding, Limak, Sütaş, TAV gibi devler Makedonya pazarında… Önümüzdeki dönemde Türk yatırımcısı Makedonya'daki ağırlığını daha da artıracağa benziyor.

TÜRKİYE CUMHURİYETİ ÜSKÜP BÜYÜKELÇİLİĞİ TİCARET BAŞMÜŞAVİRİ BÜNYAMİN KUTLU: "MAKEDONYA'DA ÇOK SAYIDA TÜRK ŞİRKETİ BULUNUYOR. TAV, HALKBANK, CEVAHİR, LİMAK, SÜTAŞ, ACIBADEM VE LC WAIKIKI… BU MARKALAR, MAKEDONYA'DA TÜRK İMAJINA ÇOK BÜYÜK KATKIDA BULUNDU. YATIRIMCILARIMIZA MAKEDONYA'YA GELMEDEN ÖNCE BİLGİLENDİRME YAPIYORUZ, YATIRIM ORTAMINA DAİR RAPORLAR PAYLAŞIYORUZ…"

MAKEDONYA BANKACILIK SEKTÖRÜ

	2015	2016	2017
Toplam banka sayısı	15	15	15
Yabancı sermaye payı	%74,8	%75	%74,8*
Toplam aktifler	6.878 milyon Euro	7.233 milyon Euro	7.513 milyon Euro
Toplam krediler (ana para)	4.506 milyon Euro	4.570 milyon Euro	4.839 milyon Euro
Müşteri mevduatları	4.971 milyon Euro	5.250 milyon Euro	5.518 milyon Euro
Özkaynak	745 milyon Euro	766 milyon Euro	814 milyon Euro
Sermaye yeterlilik oranı (CAR)	%15,49	%15,22	%15,7
Net faiz marjı (ortalama aktif)	%3,48	%3,54	%3,45
ROA (aktif kârlılığı)	%1,13	%1,46	%1,45
ROE (sermaye kârlılığı)	%10,4	%13,6	%13,5
NPL (takipteki krediler oranı)	%10,81	%6,58	%6,34

* Makedonya Merkez Bankası en son resmi verilerine göre (Q2.17)

Kaynak: Makedonya Maliye Bakanlığı resmi web sitesi

PLATİN DERGİSİ EDİTÖRÜ İREM SERTBAŞ VE HALKBANK MAKEDONYA GENEL MÜDÜRÜ DR. BİLAL SUCUBAŞI

MAKEDONYA HALKBANK GENEL MÜDÜRÜ DR. BİLAL SUCUBAŞI: "MAKEDONYA BİR TARIM ÜLKESİ... TARIMSAL SANAYİ BİRAZ DAHA AVANTAJLI GİBİ GÖZÜKÜYOR. ONUN DIŞINDA ENERJİ SEKTÖRÜNDE DIŞA BAĞIMLILIĞI ÇOK FAZLA. BU ALANDA DA YATIRIM YAPILABİLİR"

tecrübe paylaşımı yapmalarını sağlıyoruz. Onların sahayı gezmelerini, görmelerini ve uygun mekan aramalarına yardımcı oluyoruz. Böylece yatırımcının buraya gelişini kolaylaştırıyoruz."

"AVRUPA BİRLİĞİ İLE MEVZUATLAR OTURACAK"

Makedonya gerçekten Türk yatırımcıların kuşatması altında… Üsküp sokaklarında gezerken adım başı Halkbank ATM'si, LC Waikiki veya Koton mağazası görebilirsiniz. Peki, Makedonya'nın Avrupa Birliği'ne girmesi Türk yatırımcıyı olumsuz etkiler mi? Konuyla ilgili iki görüş var: Birincisi, Makedonya'nın Avrupa Birliği'ne girmesi ile ülkenin kapılarının Türk yatırımcılara kapanacağı… İkincisi ise Avrupa Birliği'ne girmenin ülkede mevzuatlar anlamında stabilizasyona olanak tanıyacağı ve yatırım koşullarının iyileşeceği yönünde. İkinci görüşün savunucularından olan Türkiye Cumhuriyeti Üsküp Büyükelçiliği Ticaret Başmüşaviri Bünyamin Kutlu şöyle diyor: "Makedonya'da yatırım ortamını olumsuz etkileyen durum, mevzuatların çok hızlı değişiyor olması. Bürokrasi mevzuatları anlamakta ve uygulamakta yetersiz kalıyordu. Yeterli olduğu zamanlarda dahi bürokrasi engelleyici olabiliyordu. Avrupa Birliği yolunda Makedonya'da mevzuatlar oturuyor. Bürokrasinin olumsuz tutumları gittikçe azalıyor. Esasen daha yatırım yapılabilir bir ortam oluşuyor."

HANGİ ALANLARA YATIRIM YAPMALI?

Makedonya gezimizin ikinci gününde Ohri'ye geçtik. Her yer ağaç, her yer yeşil, geri kalanı ise Ohri Gölü… Sakin, huzurlu bir şehir burası. Yol üzerinde birçok kasabanın boş olduğunu gördük. Rehberimiz genç nüfusun hızla göç ettiğini söylüyor. Ülkedeki en büyük sorunların başında ise işsizlik geliyor. 2017 yılında işsizlik yüzde 22,4 olarak açıklandı. İşin kötüsü genç nüfusta işsizlik sıkıntısı, yüzde 40'tan 50'ye kadar çıktı. Yatırımlarla büyümeyi ve işsizlik sorununu da çözmeyi hedefleyen Makedonya'nın en büyük ticaret partneri Almanya. Türkiye ise 7'nci sırada yer alıyor. Farklı sektörlerden Türk yatırımcısının kapısını çalacağı ilk adres konumuna gelen Makedonya'da hangi yatırım alanları öne çıkıyor? Halkbank Makedonya Genel Müdürü Dr. Bilal Sucubaşı, "Makedonya bir tarım ülkesi... Tarımsal sanayi biraz daha avantajlı gibi gözüküyor. Onun dışında enerji sektöründe dışa bağımlılığı çok fazla. Bu alanda da yatırım yapılabilir" diyor.

"MAKEDONYA PAZARLAMA ÜSSÜ OLARAK DEĞERLENDİRİLMELİ"

Makedonya'nın özellikle üretime yönelik yatırımlarda öncelikle AB'ye, Ukrayna'ya ve EFTA'ya satışı olan ve ayrıca lojistik ürünler üreten firmalar için, lojistik maliyetlerini düşürmek için uygun olduğu yorumunda bulunan Türkiye Cumhuriyeti Üsküp Büyükelçiliği Ticaret Başmüşaviri Bünyamin Kutlu şöyle diyor: "Türkiye'ye göre bin-bin 500 Euro daha ucuz lojistik maliyetle bütün bu ülkelere 1 ila 3 gün arasında teslimat mümkün. Navlun maliyeti yüksek ürünler için bir tavsiye. Pazarlamaya yönelik yatırımlarda da, özellikle Balkan ülkelerini hedef pazar olarak seçen firmalarımız için Üsküp'e açacakları bir showroom, depo ve istihdam edecekleri kaliteli personelle tüm Balkanlar'a Üsküp'ten pazarlama yapma imkanına sahipler. Üsküp'ten aynı gün içinde gidip gelebilecekleri 3-4 ülke var. Dolayısıyla Makedonya pazarlama üssü olarak değerlendirmeli."

TITANIC HOTELS'İN YENİ YILDIZI BEYOĞLU'NDA PARLIYOR!

Titanic Downtown Beyoğlu şık toplantı salonları, konforlu odaları, özel lezzetler sunan restoranları, tam donanımlı fitness ve spa merkeziyle keyif dolu bir konaklama deneyimi için Beyoğlu'nda misafirlerini bekliyor.

TITANIC
DOWNTOWN BEYOGLU

TITANIC HOTELS
ANTALYA | ISTANBUL | BODRUM | BERLIN

titanic.com.tr

#MyTitanicStory

KORDSA'NIN 'YAŞAM GÜÇLENDİREN' YATIRIMLARI

GÜÇLENDİRME TEKNOLOJİLERİ PAZARININ GLOBAL OYUNCUSU KORDSA, YATIRIMLARI VE İLKLERİ İLE YER ALDIĞI SEKTÖRLERE YÖN VERİYOR. KORD BEZİ ÜRETİMİNDE ÖZELLİKLE ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ SAĞLAYACAK BULUŞLARI HAYATA GEÇİREN ŞİRKET, İNŞAAT SEKTÖRÜ İÇİN KRATOS ÜRÜNÜNÜ GELİŞTİRİYOR. SAHİP OLDUĞU TEKNOLOJİ, KNOW-HOW VE BİRİKİMLE KOMPOZİT ÜRETİMİ DE YAPIYOR. PROFESYONEL YAŞAMININ BÜYÜK BİR KISMINI KORDSA'DA GEÇİREN VE BUGÜN ŞİRKETİN CEO'SU OLARAK GÖREV YAPAN ALİ ÇALIŞKAN, YAŞAMI GÜÇLENDİREN MOTTOLARINI PAYLAŞIRKEN GLOBAL YATIRIMLARINI, ÜRETİM ÖZELLİKLERİNİ VE SOSYAL SORUMLULUK ÇALIŞMALARINI PLATİN'E ANLATIYOR

Dalida Özatay Erus / dalida.ozatay@platinonline.com

Kordsa faaliyet gösterdiği iş kollarında nasıl bir farklılık yaratıyor?

Kordsa'yı; bireysel bir dönüştürücüden globalleşme sürecinde sahip olduğu teknoloji, know-how ve birikimiyle yaşamı güçlendiren bir dönüşüm hikayesi olarak tanımlıyorum. Başlangıçta sadece bir kord bezi üreticisi olarak sektöre adım atan Kordsa, bugün hem lastik hem kompozit hem de inşaatı güçlendirici ürünleri ile yaşamın her noktasına dokunan ve yaşamı güçlendirici misyonuyla, bu konuda büyümeyi, gelişmeyi ve globalleşmeyi sürdüren bir şirket. Ana iş kolumuz, başlangıç noktamız da olan lastik güçlendirme yani kord bezi üretimidir. Finansal performansımıza baktığımızda en büyük ağırlığımız burada. Ciromuzun yaklaşık yüzde 95-98'e yakın kısmı bu koldan geliyor. Kord bezi tarafında, dünyadaki en büyük altı lastik üreticisi ana müşteri portföyümüzü oluşturuyor. Bu markalar, lastik sektörünü domine eden, lastik endüstrisinde standartları belirleyen oyuncular. Dolayısıyla Kordsa'nın bu segmentteki müşterileri ile açık inovasyona bağlı ve geçmişi uzun yıllara dayanan stratejik iş birlikleri, bugün pazardaki güçlü konumunu sürdürmesini sağlıyor. Bugün artık lastiği güçlendirmenin ötesinde, uçağın kanadını ve hatta uçağın bastığı zemini güçlendiriyoruz; yani yaşamı güçlendiriyoruz. Her 3 uçak lastiğinin ikisinde bizim malzememiz var.

KORDSA CEO'SU **ALİ ÇALIŞKAN**

Otomotiv sektöründe de her 3 lastikten birinde Kordsa teknolojisi yer alıyor.

Kompozit iş alanına geldiğimizde; ana iş kolumuzda ortaya koyduğumuz know-how ve teknolojilerle, 2014'de yaptığımız uzun vadeli strateji çalışmaları kapsamında Kordsa'nın temel yetkinlikleri nedir? Bu yetkinlikleri nerelere yansıtabilir? Farklı iş kolları ve sektörlerde bu yetkinliklerimizi kullanarak hızlı bir şekilde nasıl bir penetrasyon yaratabiliriz? konuları üzerinde çalıştığımızda, kompozit sektörü öne çıktı. Bunun arkasında ise mega trendlerden biri olan mobilite yer alıyor. Artık her şey hafiflemeye başladı. Böylece kompozit malzemenin kullanım alanı da geniş bir yelpazeye yayıldı. Katma değeri en yüksek kullanım alanlarından birisi ise havacılık. Kompozit hâlâ maliyeti yüksek, pahalı bir malzeme olduğu için otomotiv sektörünün sadece üst segmentinde kullanılıyor. Porche ve Ferrari gibi araçların yanı sıra yarış otomobillerinde de kompozit tercih ediliyor. Kompozit malzeme, hafifliği ve dayanıklılığı kadar görselliğiyle de öne çıkıyor. Bu görsellik de o segmentlerde ciddi bir albeni yaratıyor. Kompozit malzeme, enerji sektöründe de kullanılıyor. Yenilenebilir enerji kaynaklarına doğru bir trend var. Bu kaynaklar içerisinde güneş ve rüzgar enerjisi yer alıyor. Rüzgar enerjisinde tribünlerin kapasitelerini ve verimliliklerini artırmak gerekiyor. Bunun için de malzeme oranlarının hafifleşmesi, azaltılması ve boylarının kısaltılması gerekiyor. Böylece maliyet düşerken verimlilik artıyor. Bu da yatırımların artmasını sağlıyor. Kompozit, denizcilik ve marinde de kullanılıyor. Demirle 50 tonluk bir gemi, bu malzeme ile 10 ton üretilebiliyor. Tenis raketi, surf tahtası ve golf sopası gibi spor aletlerinde de kompozit kullanılıyor. Otomotiv, havacılık ve denizcilik sektöründe 90'ın üzerinde müşteriyle temastayız. 15'in üzerinde müşterimizle onay süreçlerimizi tamamladık ve ticari satışlarımız başladı. Müşterilerimiz ağırlıklı Avrupa'da. Kompozit malzemenin özel şartlarda depolanarak hızla müşteriye ulaştırılması gerekiyor. Bu nedenle dünyada kompozit üreticileri otomotiv ve havacılık sektörünün yoğun olduğu bölgelerde

"BUGÜN ARTIK LASTİĞİ GÜÇLENDİRMENİN ÖTESİNDE, UÇAĞIN KANADINI VE HATTA UÇAĞIN BASTIĞI ZEMİNİ YANİ YAŞAMI GÜÇLENDİRİYORUZ. HER 3 UÇAK LASTİĞİNİN İKİSİNDE BİZİM MALZEMEMİZ VAR. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE DE HER 3 LASTİKTEN BİRİNDE KORDSA TEKNOLOJİSİ YER ALIYOR"

kümelenirken Avrupa'da Airbus, ABD'de de Boeing'in çevresinde bu sektörün oyuncularını görmek mümkün. 2018 yılına dair hedefimiz, 5 milyon dolarlık bir ciro yaratmak. Yeni devreye aldığımız bir sistemi düşünürsek aslında bu küçümsenmeyecek ciddi bir rakam. Kompozit tarafta ikinci boyut ise inorganik büyüme. Burada da mevcut yetkinliklerimize uygun potansiyeller üzerine yoğunlaştık. ABD'de Philadelphia ve Los Angeles'ta aynı kişiye ait iki şirketi satın aldık. Bu 100 milyon dolarlık bir satın alma ve ağırlıklı olarak havacılık sektörüne hizmet ediyor. Boeing'in özellikle 787 tipi uçakları ile Airbus'ın A350 modeli bugün pazarda ticari olarak var olan, kompozit kullanım ağırlığı yüzde 70'lere yakın uçaklar… Bu uçaklar yüzde 20 enerji tasarrufu sağlarken menzili yüzde 20 uzatıyor. İnşaat tarafında ise Kratos adını verdiğimiz bir malzeme geliştirdik. Bu malzeme ağırlıklı olarak tüneller, otoyollar ve havaalanlarının zemin döşemelerinde kullanılıyor. Uygulama kolaylığı olan bu malzeme ile çatlamayı önleyen bir yapı oluşturmayı başardık. Üçüncü köprüdeki gişelerin olduğu kısımda ve Samsun Büyükşehir Belediyesi'nin 2. ve 3. etap raylı sistem projesinde bu malzeme kullanıldı. Farklı şehirlerdeki projelerimiz devam ediyor, ayıca şehir hastanelerinde de yer alıyoruz. Bu alandaki büyüme stratejimiz 5 yıllık plan içerisinde organik büyüme ile 15-20 milyon dolarlık ciro yaratmak.

"KORDSA BİR ÜRÜN DEĞİL, BİR DEĞER SATIYOR"

▸ Kordsa'nın globalleşme sürecinden bahseder misiniz?

Kordsa, özellikle maliyet avantajı nedeniyle üretim üslerinin batıdan doğuya kaymasıyla beraber globalleşmesini bu bölgelerde büyüyerek sürdürüyor. 2006 yılında Asya-Pasifik'teki satın almayla beraber aslında global müşterilerimizin dünyanın her yerinde, onlara lokal bir tedarikçi gibi hizmet verebilecek şekilde izimizi oluşturduk. 2013 yılında Endonezya'da başladığımız kapasite artırımı projemizle kapasitemizi iki katına çıkarttık. Bunu da 2015'in başında devreye aldık ve tamamını da 2017 yılı sonunda doldurduk. Kordsa bir ürün değil, bir değer satıyor.

▸ Fütürist bir bakış açısıyla inşaat ve kompozit teknolojilerinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Dünyadaki mega trendlere baktığımızda, en büyük değişim mobilitede yaşanıyor. Elektrifikasyon, dijitalleşme ve paylaşım ekonomisi başlıkları insan hayatını değiştiren mega trendler olarak öne

TÜRKİYE VE YURT DIŞINDA HANGİ NOKTALARDA ÜRETİM TESİSİNİZ BULUNUYOR?

Şu anda 4 kıtada 10 tesisimiz var. Merkezimiz Türkiye. Güney Amerika'da polyester iplikle polyester ve naylon kord bezinin tek yerel üreticisi konumundayız. 2018 ilk çeyrek sonuçlarımız itibariyle; bu pazar Kordsa'nın toplam satışlarının içinde yüzde 13'lük paya sahip. Kuzey Amerika, yine bir numaralı yerel naylon kord bezi üreticisidir. Bu bölgenin Kordsa'nın toplam satışları içerisindeki payı ise yüzde 19. Avrupa, Orta Doğu ve Afrika Bölgesi'nin Kordsa'nın toplam satışları içindeki payı ise yüzde 39. Asya Pasifik Bölgesi satışlarına baktığımızda Kordsa'nın tüm satışları içinde yüzde 29'luk bir paya sahip.

çıkıyor. Kordsa da bugün her birine dokunan, onlara hizmet edebilecek, değişimin içinde de dönüşüm oluşturabilecek ve hâlâ büyümesini sağlıklı bir şekilde sürdürmesini sağlayacak bir yapıyla ilerliyor.

"ÜRETİM YAPTIĞIMIZ MAKİNELERİ ÜRETME BECERİSİNE ULAŞTIK"

Kordsa, Türkiye ve dünyada ne gibi ilklere imza attı?

Kord bezi sektörü biraz tutucu bir sektördür. Başlangıcından bugüne uygulama süreçleri hemen hemen aynıdır. Ar-Ge merkezimizdeki çalışmalarımızla endüstriyi değiştirecek bir konuya adım attık. Kord bezinde kaplama teknolojisinde 3 temel kimyasal bulunuyor. Bunlardan özellikle ikisi, tehlikeli kimyasallar sınıfına giriyor. Bu konuda bugüne kadar bir değişim olmamıştı. Kordsa olarak biz bu kimyasalları çıkarıp yerine aynı işlevi görebilecek yeni bir formülasyon geliştirdik. Bu geliştirmeyi, global müşterimiz Continental ile yaparak ilk tanıtımını da şubat ayında Almanya'daki Lastik Teknolojileri Fuarı'nda gerçekleştirdik. Lastiğin yere basma direncini azaltmak, yakıt tüketimini de azaltır. Bunu yapmak için de malzeme teknolojilerinde yenilikler yapılması gerekir. Makine ve ekipman teknolojisi tarafında da Kordsa olarak üretim yaptığımız makineleri üretme becerisine ulaştık. Böylece dışa bağımlı kalmadan ileri adımlar atabilme şansı yakalıyorsunuz. Örneğin, kord bezini üreten makine yine sektörün başladığı günden bugüne aynı diyebiliriz. Biz bu makinenin boyutlarını ve parkurunu

KOMPOZİT TEKNOLOJİLERİ MÜKEMMELİYET MERKEZİ; ÜNİVERSİTEYİ, SANAYİYİ VE GİRİŞİMCİYİ AYNI EKOSİSTEMDE BULUŞTURARAK MALZEME GELİŞTİRMEDEN TASARIM VE PROTOTİPLEMEYE KADAR TÜM SÜREÇLERİ AYNI ORTAMDA SAĞLAYABİLECEK DONANIMA SAHİP

KOMPOZİT MALZEME İLE YAPILMIŞ BİR KEMAN

değiştirerek aynı ürünü, aynı özelliklerle yapacak kabiliyette çok daha küçük bir makine yaptık.

Endüstri 4.0 alanında Kordsa'da ne gibi adımlar atıldı?

Görüntüleme konularında ciddi yol aldık. Geliştirdiğimiz optik kamera sistemleri ile üretimin her aşamasını görüntüleme ve kontrollerini yapacak konuma geldik. Şimdi tüm bunların entegrasyonuna doğru gidiyoruz. Sanal gerçeklikte, gelecekte kuracağımız fabrika şu anda hazır. Ancak mevcudu dönüştürmek çok kolay değil. Biz de bu konuda global anlamda bir danışmanlık firmasıyla çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Olgunluk testinden geçtik, GAP analizlerini ortaya koyduk, şimdi de o yol haritası üzerinden aksiyonlarımızı alıyoruz. Diğer yandan TÜSİAD'ın bu yıl düzenlediği Endüstri 4.0'a yönelik bir insiyatifi oldu. Burada ana şirketlerle tedarikçileri bir araya getiren bir platform oluşturuldu. Kordsa da 12 şirketten biri. Yıl sonuna kadar da buradaki projeleri tamamlayacağız. Dijitalleşme, uzun soluklu bir yol. Gelecekte, sahada çalışan arkadaşlarımızın robot arkadaşları olacak hatta Hacivat ve Karagöz isimli 2 robotumuz, İzmit'te çalışmaya başladı. İnorganik büyüme veya kapasite artırımı dışında her yıl ciromuzun yaklaşık yüzde 2,5-3'ünü iyileştirme ve bölgesel ihtiyaçları karşılayacak yatırımlara ayırıyoruz. Endüstri 4.0'ı rekabet avantajına çevirebilme noktasına nasıl gelineceğini de oluşturduğumuz yol haritası ile belirliyoruz.

AR-GE MERKEZİNİN 715 PATENTİ VAR

Kompozit Teknolojileri Mükemmeliyet Merkezi ile Ar-Ge merkezinizin yapısı ve çalışmalarından bahseder misiniz?

2014 yılında da Sabancı Üniversitesi ile Kompozit Teknolojileri Mükemmeliyet Merkezi'ni oluşturduk. Bu merkez, üniversiteyi, sanayiyi ve girişimciyi aynı ekosistemde buluşturarak malzeme geliştirmeden tasarım ve prototiplemeye kadar tüm süreçleri aynı ortamda sağlayabilecek donanıma sahip. Avrupa'nın en büyük kompozit teknolojileri laboratuvarı olan üç bin 500 metrekarelik alan en son teknolojiyle donatıldı. Üniversiteden 10 profesör, 50'nin üzerinde doktora öğrencisinin bir arada olduğu ve profesyonel mühendislerin istihdam edildiği merkezde, dışardan girişimciler de kendi projeleriyle gelerek birlikte start-up yapabilecekleri bir platform yarattık. Buraya ayrıca bir de üretim

hattı koyduk. Karbon veya hibrit dokumalar İzmit'te yapılırken kaplama bu merkezde yapılıyor. Burada iki bin tonluk hattımız var. Bu kapasite ise aslında Türkiye'nin ihtiyacından fazla. Kompozit Teknolojileri Mükemmeliyet Merkezi'ni 2016 yılında, 30 milyon dolar yatırımla devreye soktuk. Merkez ofisimizi de buraya taşıdık. 2017 yılında Teknoloji Bakanlığı'ndan ikinci Ar-Ge merkezi sertifikamızı aldık. İzmit'teki Ar-Ge merkezimiz, ağırlıklı olarak ana iş kolumuz olan lastik güçlendirme teknolojileri üzerinde çalışırken inşaat güçlendirme üzerine de çalışmalar yapıyor. Her yıl Ar-Ge'ye 12-15 milyon dolarlık bir kaynak ayırıyoruz. Özellikle İzmit'teki Ar-Ge merkezimiz patent fabrikasına dönüştü, 715 adet patentimiz var. Bunun 218 tanesi onaylandı. Ayrıca 171 adet buluşumuz var. 2017 yılı bu çalışmalar açısından çok verimli geçti. Patent sayımızı bir önceki yıla oranla yüzde 40 artırdık. Şimdi ise bu patentlerden değer yaratma noktasında araştırmalar yapıyoruz.

Kordsa'nın 2017 cirosu ile 2018 hedef cirosu nedir?

Yarattığımız ciroya baktığımızda 2017'de toplam ciroda 45 milyon dolarlık yeni ürün ciromuz yer aldı. 2018 hedefimiz ise 60 milyon doların üzerine çıkmak.

Kordsa, 4 bin kişilik çalışan sayısıyla insan kaynakları yönetiminde nasıl bir kapsayıcı yaklaşım sergiliyor?

Global bir şirket olduğumuz için farklı kültür ve seviyelerde insan kaynağını motive edecek ve onları yönlendirebilecek bir yetkinliği olması gerekiyor. Geçmişten günümüze baktığımızda Kordsa'nın aslında bir lider fabrikası olduğunu görebiliriz. Bizim için en değerli eser insandır. Fabrikamızın girişinde, 'Farkı, çalışan yaratır' yazar. Gittiğimiz bölgedeki insan kaynağını da kullanıyoruz. Liderlik gelişim programlarımızı tüm bölgelerde aynı şekilde uyguluyoruz. İnsan kaynakları ekibimiz, danışman firmalarla bölge bölge geziyor. Şuanda ilk aşaması tamamlanan ve 3 yıllık bir program olan orta kademe liderlik yetiştirme programı devam ediyor.

"AMACIMIZ İYİ UYGULAMALARI PAYLAŞMAK"

Sosyal sorumluluk projelerinizden bahsedebilir misiniz? Çalışanlarınız, bu projelere ne şekilde dahil oluyor?

Her yıl Türkiye'de ocak ayında, global liderlik ekibinin toplantısını yapıyoruz. Üç gün süren bu toplantıya 120 kişi katılıyor. Programın ilk günü bana ait, burada geçmiş ve gelecek hedeflerini paylaşıyorum. Daha sonra seçtiğimiz ana temaya göre davet ettiğimiz konuşmacıların oturumları gerçekleşiyor. İkinci gün İzmit'e gidiyoruz. İzmit'te önceden belirlemiş olduğumuz, ihtiyaç sahibi okulu ziyaret ediyoruz. Herkesin elinin temas edeceği, fiziksel olarak da ter dökeceği bir çalışma oluyor. Mesela ben tulumları giyerek boya yapıyor veya cam siliyorum. Tam gün bir okulu 120 kişi ve fabrikadan da katılımla elden geçiriyoruz. Eğitimin değerli olduğuna inanıyorum. Amerika dahil yer aldığımız bölgelerde bu çalışmaları yapıyoruz. Ayrıca yıllar önce İzmit'teki fabrika çalışanlarımızın başlattığı İzbursu ile de üniversite öğrencilerine burs fonu oluşturuluyor. Bugün ise yasal bir dernek olmayı başardılar. Bu dernek, her yıl 80 öğrenciye burs veriyor. Bu tamamen çalışanların maaşından kendi inisiyatifleri doğrultusunda kesilerek oluşturulan bir fon... Şirket olarak da yaklaşık 10 yıl önce başlattığım girişimle şirketten de bir miktar kaynak yaratarak bu fonu destekleyerek sürdürülebilir olmasını sağlıyoruz.

İş hayatında uzun yıllar çeşitli pozisyonlarda görev aldınız ve yönetim sorumlulukları üstlendiniz. Eğitiminizin ardından kariyer hikayenizi anlatabilir misiniz?

ODTÜ Makine Mühendisliği Bölümü'nden 1983'te mezun oldum. Askerlik görevimden sonra Kordsa'da çalışmaya başladım. 32 yıldır Kordsa'dayım. Yani kariyerimin büyük bir kısmı Kordsa'da geçti. Proje mühendisi olarak başladığım görevimde daha sonra Dupont'la ortak projede yer aldım. Ardından da Dusa'nın kuruluş aşamasına yer aldım. Bu süreçte Dusa'da üretim ve bakım müdürlüğü gibi operasyonel süreçlerin tamamında bulundum. Daha sonra yeniden Kordsa'ya geçtim.

Kariyerinizdeki dönüm noktaları neler oldu?

Sıfırdan üç projeyi bitirme becerisini göstermiş olmanın keyfini yaşadım. Önce Dusa, ardından Dusa'nın 55 milyon dolarlık büyüme projesinin proje müdürlüğünü üstlendim. Endonezya'da 3.5 yıl kalarak oradaki şirketin başında yer aldım. Orada büyüme projesini başlattım. O dönemde global operasyonlardan sorumlu başkan yardımcısı olarak görev yaptığım için bir anlamda elim sürekli oradaydı.

"EKİBİMİN GÖRÜŞLERİ ÖNEMLİDİR"

Kriz ortamlarında nasıl bir strateji izlersiniz?

Endonezya'ya gitmeden önceki dönemde 2009 yılında global bir kriz yaşandı. O dönemi düşündüğümde işin sürekliliğini sağlayarak ve ortak çözümler üreterek o krizden çıkmaya başardık. Bugün de kriz ortamında, gerekiyorsa işin içinde olmaktan çekinmem… Özellikle benimle birinci derecede çalışan ekibimin görüşleri her zaman değerlidir. Kriz de olsa ben onları dinler, nihai kararı onların görüşleri doğrultusunda veririm.

Kendinizi nasıl geliştiriyorsunuz? Bu doğrultuda yeni okuduğunuz bir kitap var mı?

Aynı anda 3-4 kitap okuyorum. Teknolojik gelişmeler ilgimi çekiyor. Liderlerin başarı hikayelerini ve biyografilerini okuyarak onların davranış modellerini anlamaya çalışmak hoşuma gidiyor. Gazeteleri dijital ortamda takip ediyorum. Ayrıca spor yapmayı, bahçeyle uğraşmayı, golf ve briç oynamayı severim.

EKİP OYUNUNDA DOĞRU LİDERLİK

"Ekibimi güçlendirmeye özen gösteririm. Ama bireysel olarak da işin içine girmeyi seven bir insanım. Teknik bir konu varsa geri duramıyorum. Zor bir yönetici olduğumu düşünmüyorum. Diyaloğa daima açığım. İyi bir ekip oyunu için doğru bir liderliğin de gerektiğine inanıyorum."

TURKISH HERITAGE ORGANIZATION BAŞKANI ALİ ÇINAR

"TÜRKİYE'NİN HİKAYESİNİ DÜNYAYA ANLATMAK ÖNEMLİ"

14 YIL AMERİKA'DA ÇEŞİTLİ KURUMLARDA YÖNETİCİ POZİSYONUNDA ÇALIŞTIKTAN SONRA, MERKEZİ WASHINGTON D.C.'DE BULUNAN BAĞIMSIZ VE KÂR AMACI GÜTMEYEN BİR SİVİL TOPLUM KURULUŞU TURKISH HERITAGE ORGANIZATION'IN (THO) BAŞKANI OLAN ALİ ÇINAR'LA BULUŞTUK. ÇINAR, THO'NUN TÜRK-AMERİKAN İLİŞKİLERİNİ GELİŞTİRMEK İÇİN YAPTIKLARINI, 2019 ÖNGÖRÜLERİNİ VE TÜRKİYE'NİN TANITIMI İÇİN GELİŞTİRDİKLERİ PROJELERİ ANLATTI... İŞTE UZUN YILLAR AMERİKA'DA YAŞAYAN ÇINAR'IN GÖZÜNDEN AMERİKA-TÜRKİYE İLİŞKİLERİNE DAİR GÖRÜŞLER...

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

Amerika serüveninizin başlangıcını; eğitim ve kariyer öykünüzü kısaca anlatır mısınız?

1999 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ni bitirdikten sonra çok küçük yaşlardan beri hayalini kurduğum ABD'ye gitme planını gerçekleştirme fırsatını yakaladım. Connecticut'taki New Haven Üniversitesi'nde Uluslararası İşletme masterimi tamamladım. Üniversite tarafından verilen 500 Uluslararası Olağanüstü Öğrenci Ödülü'ne layık görüldüm. 2001'de yaşanan üzücü İkiz Kuleler saldırısı sonrası yabancı öğrencilerin iş bulması çok zorlaşmıştı. Okuldaki başarılarım ve oluşturduğum network'le iş bulabildim. Önce uluslararası bir firma olan Concord şirketinde, daha sonra Western Union'da pazarlama yöneticisi olarak çalıştım. Western Union döneminde 4 takım başarısı ve 2 kişisel başarı ödülüne layık görüldüm. İş hayatı esnasında eğitime hiç ara vermedim. MIT ve Harvard'ın özel sertifika programlarına katılarak kendimi geliştirdim. Western Union'dan sonra Wall Street'te yer alan başka bir şirket olan Transfast adlı kurumda çalıştım. Kısacası, Amerika'da 14 senelik bir kurumsal hayatım oldu.

Türk-Amerikan toplumu için bugüne kadar neler yaptınız? Hangi alanlarda eksiklikler görüyorsunuz, bundan sonra neler yapılmalı?

ABD'ye ayak bastığımdan beri Türkiye'nin tanıtımı ve Türk-ABD ilişkileri üzerine birçok çalışmam oldu. Kültürel programlarda Türkiyemizin tanıtımı, milli davalarda kongreyle ve senatörlerle görüşülmesi, ABD Ticaret Odası ile ortak paneller, ABD Kongresi'nde PKK ve FETÖ aleyhine 2 kere konuşmacı olarak davet edilmiş olmam, Connecticut Senato Eyalet Binası'na Türk Bayrağı'nın çekilmesi, 30 bin kişinin katıldığı Türk Günü Yürüyüş ve Festivali'ni organize eden kurumun başkanlığını yürütmek gibi birçok çalışmam oldu. Ancak PR alanında eksikliğimiz var. Lobi konusunda istenilen düzeyde değiliz. ABD'de güçlü olmanız için ya maddi imkanlarınızın yeterli düzeyde olması ya da oy potansiyelinizin güçlü olması önemli. Türk toplumu ABD'ye geç gelmiş bir toplum, ayrıca son dönemde yaşanan kutuplaşmalar da sıkıntıların boyutunu artırdı. O nedenle maddi olarak özel sektörün Türk-Amerikan kurumlarına desteklemesi, ABD'de yatırım yapmak için riskleri göze alması, birlik ve beraberlik için daha samimi mesajlar vermesi gerekiyor. Türk-ABD ticaret hacmi 17 milyar dolar civarında. ABD'de Türkiye tam olarak hak ettiği yerde değil. O nedenle fırsatların değerlendirilmesi ve Türk girişimcilerin ABD pazarını daha iyi araştırması önemli.

> "LOJİSTİK ANLAMDA TÜRK FİRMALARI ABD'DE ÇOK CİDDİ ADIMLAR ATMIŞ DURUMDA... TEKNOLOJİ BAŞLIĞI ALTINDA İMALAT TEKNOLOJİSİ, BİYOTEKNOLOJİ, BİLİŞİM VE YAZILIM ALANLARINDA BÜYÜK FIRSATLAR VAR. BELLİ EYALETLER, TÜRKİYE DAHİL BİRÇOK YABANCI ÜLKEDEN GELEN YATIRIMCIYA VERGİ MUAFİYETİ VE TOPRAK TAHSİSİ DAHİL BİRÇOK CAZİP FIRSAT SUNUYOR".

Turkish Heritage Organization kurumunu anlatır mısınız? Yollarınız nasıl kesişti?

Turkish Heritage Organization (THO), tamamen bağımsız ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. 2015 yılında kurulan THO, Türk-Amerikan ilişkilerini kapsamlı bir diyalog çerçevesinde, başta Washington D.C. olmak üzere Amerikan kamuoyunun gündemine taşımayı hedefliyor. Danışma kurulu yetkin ve dünyaca tanınmış akademisyenlerden oluşan THO, tüm faaliyetlerini açık iletişimin esas alındığı bir çerçevede yürütmeye özen gösteriyor. Böylece Türkiye hakkında doğru bilgi ve içerik üretilirken, çıkarılan kasıtlı veya yanlış bilgiler de temizleniyor, ABD kamuoyu ve medyasındaki dezenformasyonun önüne geçiliyor. Washington D.C.'de her ay en az 2 program yaparak, Türkiye'nin önemsediği konuları gündeme getiriyoruz. Türkiye'den en üst düzeyde resmi temsilcilerin geldiği programlar yapıyoruz. Konuşmacılarımız arasında ABD resmi temsilcileri, emekli generaller, büyükelçiler, düşünce kuruluşu başkanları dahil birçok kişi var. ABD Kongresi ve Senatosu'na sürekli ziyaretlerimiz dışında, ABD'nin

resmi kurumları ile güzel bir iletişimimiz var. Turkish Heritage Organization ile yolum THY'nin başarılı yöneticilerinden Halil İbrahim Danışmaz'ın, "Ali, yeni bir düşünce kuruluşu kuruyoruz, her şeyi bırak bizim takımla çalış" demesi ile başladı. Ben de iş dünyasını bırakarak THO'ya başladım.

Mülteci Araştırma Projesi için bir ABD'li heyet THO vasıtasıyla şu anda Türkiye'de… Biliyoruz ki, Amerikalılar dünya sorunlarına biraz uzaktırlar. Onları nasıl ikna ettiniz? Bu projeden biraz bahseder misiniz?

ABD'de, Türkiye'ye iyimser bakanlar olduğu gibi kötümser bakanlar da var… Bazı anti-Türk grupların yanlış yönlendirmeleri nedeniyle, "Türkiye'yi kaybetsek ne olur" algısı da var. O nedenle Türkiye'nin yaptığı güzel çalışmaları yani başarı hikayelerini dünyaya iyi anlatmak önemli. Mülteciler konusunda Türkiye'nin yaptıkları ortada. Kurum olarak mülteciler konusuna ilgisi olan ve Türkiye'yi yakından tanıyıp öğrenmek isteyenler için araştırma yaz programını başlattık. Yaklaşık 1 aylık programımıza ilgi muazzam oldu. Seçici bir komite ile yaklaşık 3 ay süren elemeler neticesinde 8 araştırmacı, 2 uzman ve 1 akademisyeni belirleyerek, bunları Türkiye'ye getirmek için çalıştık. Bu seçilen gruba açık ve net olarak beklentilerimizi söyledik. Bu grup Türkiye'de sahada araştırmalarını yaptıktan sonra ABD'ye dönüş sonrası Washington D.C.'de büyük bir panel ile araştırma sonuçlarını açıklayacak ve bir araştırma raporu yayınlayacak. Özel sektörden başta Turkcell ve THY olmak üzere AlbarakaTürk, Sinbo, Amerikan Estetik ve Gündoğdu Vakfı destek oldu. İstanbul ve Ankara Ticaret Odaları ABD'li heyete Türk misafirperverliğini en güzel şekilde gösteriyorlar. Bize düşen de bu raporun başarılı bir şekilde duyurulması için çok çalışmak.

"TÜRK-AMERİKAN TİCARET İLİŞKİLERİNE SEKTÖREL OLARAK BAKTIĞIMIZ ZAMAN İHRACAT KALEMLERİNİN DEMİR-ÇELİK, DOĞAL TAŞ, ENERJİ-KİMYA, HAVACILIK SEKTÖRÜ VE ÖZELLİKLE YAN SANAYİ OLARAK SIRALANDIĞINI; İTHALAT AYAĞINDA İSE SAVUNMA SANAYİ, ECZA-KİMYA ÜRÜNLERİ İLE FİNANS VE OTOMOTİVİN ÖNE ÇIKTIĞINI GÖRÜYORUZ. TÜRK İŞ ADAMLARININ NE OLURSA OLSUN ABD'Yİ UZAK MESAFE OLARAK GÖRMEDEN CESUR YATIRIMLARA İMZA ATMALARININ TAM ZAMANI"

TURKISH HERITAGE ORGANIZATION BAŞKANI ALİ ÇINAR

Türk-ABD ilişkilerindeki gerginlik tüm sektörleri etkiledi. Türk-Amerikan ilişkileri açısından ekonomik ve sosyal anlamda 2018'in ikinci yarısı ve 2019 yılı için bizi neler bekliyor?

Başkan Trump'ın ilk yılında Türk-ABD ticaret hacmi yüzde 11 artmış durumda. Bir önceki ABD Başkanı Obama'nın son dönemlerinde düşen hacim, Trump'la tekrar artmaya başladı. Trump'ın AB ile olan sıkıntısı, belli ürünlere kota getirilmesi, ABD'nin birçok ticaret antlaşmasından çıkma niyeti gibi birçok adım, Türkiye ile olan ticareti de etkileyecektir. 2019 yılında her ne kadar iyimser olsam da, Başkan Trump'ın yanlış ekonomik politikası Türkiye dahil birçok ülkeye zarar verebilir. O nedenle Türkiye ekonomisinin kendi ayakları üstünde, hiçbir dışa bağımlılığı olmadan yola devam etmesi çok önemli. Türk-Amerikan ticaret ilişkilerine sektörel olarak baktığımız zaman ihracat kalemlerinin: demir-çelik, doğal taş, enerji-kimya ve havacılık sektörü ve özellikle yan sanayi olarak sıralandığını; ithalat ayağında ise savunma sanayi, ecza-kimya ürünleri ile finans ve otomotivin öne çıktığını görüyoruz. Türk iş adamlarının ne olursa olsun ABD'yi uzak mesafe olarak görmeden, cesur yatırımlara imza atmalarının tam zamanı. Lojistik anlamda Türk firmaları ABD'de çok ciddi adımlar atmış durumda. Özellikle teknoloji başlığı altında imalat teknolojisi, biyoteknoloji, bilişim ve yazılım alanlarında büyük fırsatlar var. Belli eyaletler, Türkiye dahil birçok yabancı ülkeden gelen yatırımcıya vergi muafiyeti ve toprak tahsisi dahil birçok cazip fırsat sunuyor. 2019'da bu alanlar Türk yatırımcılar için fırsat alanları olabilir.

"TÜRKİYE'DEN GELEN GİRİŞİMCİLERE YOL GÖSTERİYORUZ"

Turkish Heritage Organization'ın (THO) başkanı Ali Çınar, Türk iş adamlarının ABD'de de olmaları için yaptıkları çalışmaları şu şekilde özetliyor: "Türk-ABD ticaretinin geliştirilmesi bizler için çok önemli. Türkiye'den gelen girişimcilere yol gösteriyoruz, ABD Ticaret Odası ile ortak ekonomi ağırlıklı paneller yapıyoruz, IMF ve Dünya Bankası temsilcileri ile çok güzel bir ilişkimiz var. G20 ve Trump'ın çelik kotası konusunda bizler de bir çalışma yaptık. Hem bilgilendirici programlar hem de kongre ayağında Türk-ABD ticaretinin önemini vurguluyoruz. Türkiye'nin F35 programında kalması ve ABD kamuoyundaki karalamalara karşı ciddi çalışmalarımız var. Güvenlik, enerji, eğitim, ekonomi, insani yardım ve teknoloji gibi ABD-Türkiye ilişkilerinde büyük öneme sahip 6 konu başlığında düzenlediğimiz etkinlikler, yaptığımız araştırmalar ve yayınlar ile önemli bir platform oluşturuyoruz."

KUVEYT TÜRK'ÜN LONCA GİRİŞİMLERİ WORKINTON'DA BİR ARAYA GELDİ

KUVEYT TÜRK'ÜN YENİ İŞ FİKİRLERİNİ BÜYÜTÜP GELİŞTİREREK ÜLKE EKONOMİSİNE KAZANDIRMAK AMACIYLA WORKINTON'LA İŞ BİRLİĞİNE GİDEREK KURDUĞU LONCA GİRİŞİMCİLİK MERKEZİ'NDE İKİNCİ DÖNEM HEYECANI SÜRÜYOR. LONCA GİRİŞİMCİLİK MERKEZİ'NE SEÇİLEN FİKİR SAHİBİ GİRİŞİMCİLER, TÜRK TELEKOM STADI'NDA YER ALAN WORKINTON'DA DÜZENLENEN TOPLANTIDA BİR ARAYA GELDİ

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

KUVEYT TÜRK BANKACILIK SERVİS GRUBU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI **İRFAN YILMAZ**, WORKINTON ÜST YÖNETİCİSİ (CEO) **PINAR MASSENA** VE KUVEYT TÜRK BİLGİ TEKNOLOJİLERİ GRUP MÜDÜRÜ **MÜCAHİT GÜNDEBAHAR**

Lonca Girişimcilik Merkezi, Kuveyt Türk'ün 30 yılı aşkın bankacılık tecrübesiyle kurulmuş bir girişimcilik platformu. Eğitim, proje bazlı mentorluk ve çok lokasyonlu kuluçka hizmeti alan start-up'lar için cihaz geliştirenlere Ar-Ge desteğini sağlanan merkezde, FinTech'lere ise API (Application Programming Interface/Uygulama Programlama Arayüzü) konusunda özel mentorluk veriliyor. Ürünü hazır olan girişimcilerin de Kuveyt Türk ile iş birliği yapmasına olanak sunuluyor. İlk mezunlarını Şubat 2018'de veren Lonca Girişimcilik Merkezi, bu süreçte 10 girişime destek sağladı.

Lonca Girişimcilik Merkezi'ni 2017 Temmuz ayında Workinton iş birliğiyle başlattıklarını belirten Kuveyt Türk Bilgi Teknolojileri Grup Müdürü Mücahit Gündebahar, bankanın inovasyon çalışmalarının ise daha eskilere dayandığını söyledi.

Kuveyt Türk'ün Türkiye'nin Ar-Ge merkezi olan bankası olduğunu aktaran Gündebahar, bankanın şu anda iki Ar-Ge merkezi olduğunu, bu merkezlerde biriken çalışmaları ticarileştiren teknoloji şirketleri Architecht isimli bir şirketle çok yönlü Ar-Ge yaptıklarını dile getirdi.

İLK SERİDE 10 START-UP

Yaptıkları Ar-Ge çalışmalarının Lonca Girişimcilik Merkezi'nin ilk tohumu olduğunu belirten Gündebahar, girişimcilik merkezi çalışmalarının seri bir aktivite içerisinde olması gerektiğini kaydetti. "Yani kurumsal bir Ar-Ge yaklaşımı, son derece destekleyici bir start-up dokunuşu, bunların bir araya geldiği bir ekosistem ve bu girişimcilere yatırım yapılabilecek bir yatırım fonu... Lonca, aslında Kuveyt Türk olarak bu dört bileşeni uçtan uca ele alarak çalıştığımız bir platform.

Geçtiğimiz yıl başladığımız Lonca'nın ilk serisinde 10 tane start-up'ımız vardı. Bu yıl dokuz tane start-up'ımız var. Yine bu ay içinde üçüncü seriyi aktive edeceğiz. Bu bağlamda temmuz ayı içerisinde başvurular başladı" diyen Gündebahar, bu yıl da Workinton'la iş birliği yaparak üçüncü seride 9-10 tane girişimciyle iş birliği yapmayı hedeflediklerini söyledi.

Vakıf Katılım Bankası ile beraber Girişim Sermayesi Yatırım Fonu'nu kurduklarını belirten Gündebahar, fon ile şu ana kadar 10'un üzerinde girişime yatırım kararı aldıklarını işaret etti. Bu sayının hızla artmasını beklediklerini dile getiren Gündebahar, sözlerini şöyle sürdürdü: "Türkiye bankacılık sektörünün en kapsamlı Uygulama Programlama Arabirimi (API) market platformunu hizmete sunduk. Şu anda aktif olarak 51 API kullanımda. Kuveyt Türk olarak yıl

sonunda girişimcilerin aktif olarak kullandığı API sayısını ise 100'ün üzerine taşımayı hedefliyoruz."

10 MİLYON TL'LİK FON

Workinton Üst Yöneticisi (CEO) Pınar Massena ise Workinton'un girişimcilere destek olmaktan gurur duyduğunu söyleyerek konuşmasına başladı. Kuveyt Türk'ün girişimcilere çok özel bir destek verdiğini anlatan Massena, "Kuveyt Türk ilgisiyle, alakasıyla, yatırımlarıyla ve son olarak kurmuş olduğu 10 milyon TL'lik Girişimcilik Sermaye Fonu'yla bir ilke imza attı. Bu çok önemli bir destek" şeklinde konuştu.

Workinton'un girişimcilere bir arada bulunabilecekleri ortamlar sağladığını da anlatan Massena, "Bütün işimiz gücümüz, girişimcilerimize nasıl daha fazla destek olabiliriz, bunu düşünmek... Bugün ABD'de ekonominin yüzde 50'sini girişimcilik teşkil ederken, dünya ortalaması yüzde 14'ken Türkiye'de hâlâ yüzde 4. Demek ki hâlâ gidecek çok yerimiz var" diyerek sözlerine son verdi.

İKİ AYRI KATEGORİ

Lonca Girişimcilik Merkezi'ne, 'Genel' ve 'FinTech' olmak üzere iki ayrı kategoride başvuru kabul ediliyor. Genel kategoriye yazılım, bilgi güvenliği, robotik, büyük veri, IoT, mobil uygulama, öğrenen cihazlar, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, oyun geliştirme veya görüntü işleme üzerine bir projeye sahip olan tüm girişimciler başvurabiliyor.

FinTech kategorisinde ise ödeme sistemleri, blockchain, dijital cüzdan, API bankacılığı, bireysel finans yönetim araçları, kitle fonlama gibi finansal teknolojiler üzerine geliştirilen projeler değerlendiriliyor. Lonca Girişimcilik Merkezi'nin internet sitesi loncagirisim.com üzerinden alınan başvurularda, girişimin geniş bir pazar büyüklüğüne hitap etmesi, bir gelir ya da fayda modelinin olması gibi birçok kriter gözetilerek değerlendirme yapılıyor.

Lonca Girişimcilik Merkezi'nin ikinci dönemine 400'ün üzerinde başvuru yapıldı. Jürinin belirlediği dokuz yeni girişimci ekibine, Mart 2018 itibariyle eğitim ve mentorluk verilmeye başlandı.

WORKINTON'UN 14 MERKEZİNDE ÇALIŞMA İMKANI BULAN START-UP'LAR HEM KUVEYT TÜRK ÜST YÖNETİMİ VE ÇALIŞANLARINDAN HEM DE SEKTÖR UZMANLARINDAN EĞİTİM VE MENTORLUK DESTEĞİ ALIYOR. HER YIL TOPLAMDA 30 GİRİŞİME VE YAKLAŞIK 100 GİRİŞİMCİYE DESTEK OLUNMASI HEDEFLENEN LONCA EĞİTİM MERKEZİ'NDE, BİR YIL İÇİNDE ÜÇ FARKLI DÖNEMDE BAŞVURU ALINMASI HEDEFLENİYOR

BU YIL SEÇİLEN GİRİŞİMLER ŞÖYLE SIRALANDI:

> Fikir Değirmeni: Türkiye'nin ilk bilim odaklı çocuk ve genç kuluçka merkezi olan Fikir Değirmeni'nde, 9-18 yaş grubuna fikir, proje ve iş geliştirme alanlarında eğitim veriliyor. Fikir Değirmeni'nde yenilikçi ve inovatif iş modellerinin geliştirilmesine katkı sağlanarak geleceğin girişimcileri yetiştiriliyor. fikirdegirmeni.com

> Akaunting: KOBİ'lerin nakit akışını takip etmeleri için tasarlanan açık kaynak kodlu ve ücretsiz online ön muhasebe programı. akaunting.com/tr

> Payfull: İşletmelerin tahsilat süreçlerini kolaylaştıran, ödemelerini daha hızlı, kolay ve güvenli bir şekilde yapabilmeleri sağlayan online tahsilat sistemi. payfull.com

> Keyzy: Bulut tabanlı ve kolay kullanımlı bir lisans yöneticisi olan Keyzy, lisansları güvenilir sunucular üstünde en kolay yöntemle otomatik olarak oluşturma, aktifleştirme ve dağıtma görevini üstleniyor. keyzy.io

> Socivy: Instagram'daki aksiyonlarınızı otomatik olarak gerçekleştirerek hesabınızın organik bir şekilde büyümesini sağlayan bir Instagram otomasyon aracı. socivy.com

> Lyncert: Blok zinciri tabanlı bir ağ yönetimi ve kimlik denetimi çözümü sunan bir uygulama. lyncert.com

> ArgeX: WatchX, Arduino ve Scratch ile programlanabilen giyilebilir bir geliştirme kartı. Saate benzer giyilebilir yapısı sayesinde bileğe takılabilen WatchX, dokuz yaşından itibaren çocukların STEM (Fen, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik) eğitiminde robotik ve kodlamayı öğrenmeleri için kullanılan bir eğitim aracı. watchx.io

> Uservision: Marka ve ajansların, tüketicilerin bilinçaltı ve bilinçli ihtiyaçlarını ve algılarını hızlı ve doğru şekilde anlamalarını sağlayarak, daha kullanıcı odaklı ürünlerin ve servislerin ortaya çıkmasını sağlayan bulut tabanlı bir platform. user.vision

> Pie2pie: Gayrimenkule yatırım yapmayı demokratize ederek herkesin bütçesi ölçüsünde yatırım yapabilmesini sağlayan bir girişim. pie2pie.com

"DOĞRU FİNANS YÖNETİMİ EŞİTTİR BAŞARI"

EMLAK KONUT, TOKİ, KİPTAŞ GİBİ KURUMLARLA BİRLİKTE YÜRÜTTÜĞÜ PROJELERLE ADINI DUYURAN BEMA İNŞAAT, GÖL PANORAMA VE PANORAMA İSTANBUL KONUT PROJELERİYLE, KENDİ ARAZİLERİNDE MARKA KONUTLAR İNŞA ETMEYE BAŞLADI. YAPI SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ MARKALARINDAN BEMA'NIN YÖNETİMİNDE, GRUBUN İKİNCİ KUŞAĞI DA SÖZ SAHİBİ. BEMA İNŞAAT YÖNETİM KURULU ÜYESİ BİLAL PARS, MÜHENDİSLİK KADAR FİNANS YÖNETİMİNİN DE GRUBUN BAŞARISINDA MİHENK TAŞI OLDUĞUNUN ALTINI ÇİZİYOR...

Duygu Sayıner / duygu.sayiner@platinonline.com

BEMA İNŞAAT YÖNETİM KURULU ÜYESİ **BİLAL PARS**

Kanada'da ekonomi eğitimi almasına rağmen, inşaat ağırlıklı aile şirketinin tüm karar alma mekanizmalarını o yönetiyor: Bilal Pars... Bema İnşaat'ın finanstan sorumlu yönetim kurulu üyesi. Bema bünyesinde hem yönetim hem de idari kadroda yer alan Bilal Pars, grubun ikinci kuşağı ve milyon dolarlık bütçeleri yönetiyor. Daha ilkokul yıllarında su satarak para kazanan Pars, sözlerine şöyle başlıyor: "Bema adı altında grubumuzun amiral gemisi inşaat sektörü. 1987'de 4 ortaklı olarak kurulan bu firma şimdilerde yoluna 2 ortakla devam ediyor. Babam, Tahir Pars ve ortağı Halil Durna. Ailenin ikinci kuşağı olarak yönetimde yer alıyoruz. Kiptaş ve TOKİ'nin birçok prestijli projesinde Bema imzası vardır. Haricinde Panasonic'ten, Ericcson'a özel sektörün önemli markalarının yapı işlerini de biz yaptık."

2000'Lİ YILLARDAN SONRA KENDİ PROJELERİNE ODAKLANDI

80 ve 90'larde ağırlıkta taahhüt işleri yapan Bema, 2000'li yıllardan sonra kendi projelerine odaklandı. Özellikle İstanbul'un merkezi yerlerinde arazi yatırımları yapan firma, bu arazileri, dünya devlerine kiraladı. Bilal Pars, konuyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Bizim arazi geliştirme ve vinç kiralama olarak 2 ayrı birimimiz daha var. Arazi geliştirme bölümümüz, seneler önce yatırımı yapılan arazileri, Sabancı Grubu'na bağlı Carrefour gibi, Memorial gibi hastane gruplarına kiraya vermek suretiyle işletiyoruz. Fulya Carrefour, Bahçelievler Memorial (eskiden burası da Carrefour'du) gibi yerler şirket bünyemizde ve bu markalara kiralık. Aynı şekilde Bağcılar Carrefour da kiralıktı. Onlar oradan çıkınca İstanbul Panorama adıyla kendimiz konut inşaatına başladık. Şu an devam eden 2 projemiz var. Bahçeşehir'de Göl Panorama Evleri ve Bağcılar'da İstanbul Panorama. Göl Panorama Evleri 1431 daire ve 40 bağımsız bölümden oluşuyor. Bağcılar'daki İstanbul Panorama'da ise 498 daire ve 14 bağımsız bölüm var. Bahçeşehir'de yaşam başladı ve satışları tamamlamak üzereyiz. Bağcılar'daki projemizde satışlar sürüyor. 2019 yılının sonunda Bağcılar'ı teslim etmeyi hedefliyoruz. Bunun haricinde, Mecidiyeköy'de eskiden Uzan ailesinde olan, TMSF'ye ait olan bir arazimiz var. Ortaklar Caddesi'nde bu arazimiz. Buraya da konsept bir otel projesi geliştirdik. Sarıyer Belediyesi'nin yeni hizmet binasını biz yaptık. Sarıyer Zekeriyaköy'de yine Alaçatı Villaları adıyla 13 özel villa inşa ettik. Arazi kendimizindi. Özel tasarla-

BİLAL PARS, BEMA'NIN TÜM FİNANS POLİTİKASI, ŞANTİYELER VE VİNÇ KİRALAMA GİBİ İŞLERİNİ TAM YETKİLİ OLARAK YÖNETİYOR

ALAÇATI VİLLALARI PROJESİNDE 13 ÖZEL VİLLA SAHİPLERİNİ BEKLİYOR

nan, her biri 400 metrekare civarında, kendine özel bahçesi olan villa projesi. Orada seçerek satış yapıyoruz. Aslında biz yap-sat'tan çok arazi geliştirmede karlı işler yaptık. Çalışan sayımız hiç projemiz olmasa bile 200'ün altına düşmez. Sadece Göl Panorama projemizde 1000 kişinin altına hiç düşmedik. Yıllık 100 milyon dolar düzeylerinde yatırımı olan projelerimiz hep var. Şu anda zaten bir projenin satışı tamamlanmak üzere. Diğeri de 2019'da bitecek. Yap-sat, TOKİ, Emlak Konut gibi kurumlarla projelerimizi devam ettireceğiz. Konut ve ticari projelerimiz için değerli ve prestij araziler bulabilirsek Yap-Sat projelere devam edeceğiz. Haricinde girmeyi düşünmüyoruz. Kanal İstanbul projesi hayata geçerse, Bema olarak orada mutlaka oluruz."

"AVRUPA'NIN BELLİ ŞEHİRLERİNE BEMA MARKASINI GÖTÜRECEĞİZ"

Bundan sonrası için Balkan ülkelerinde marka projelere imza atabileceklerini söyleyen Bilal Pars, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Avrupa pazarına uygun konsept proje geliştirip, orada da olmak istiyoruz. Bunun yanında Balkan pazarı benim yakından ilgilendiğim bir pazar. Türkiye'de emlak sektörü belli oranda doygunluğa ulaştı. Grubumuz açısından Balkan ülkeleri yeni bir iş alanı olabilir. Balkan ülkelerindeki iş hacmini, ticareti göz önünde bulundurarak oralara marka projesi getirebiliriz. Avrupa'nın belli başlı şehirlerine de Bema markasını götürebiliriz."

GÖL PANORAMA'DA YAŞAM BAŞLADI

Bema'nın Göl Panorama Evleri projesi, toplam 1400 daire ve ticari alanlardan oluşuyor. Yüzde 70'i yeşil alan ve çevre düzenlemesine ayrılan proje Bahçeşehir TEM yolunun hemen yanı başında yükseliyor. Yüzde 90 satışların tamamlandığı projede yaşam başladı. Emlak Konut ile hasılat paylaşımı şeklinde inşa edilen Göl Panorama Evleri, İstanbul Avrupa yakasının en yeni ve gözde projeleri arasında gösteriliyor.

MECİDİYEKÖY'E KONSEPT OTEL

Daha önce Uzanlar'a ait olan ve sonra TMSF'ye devredilen araziyi Bema ihale ile satın almıştı. Mecidiyeköy Ortaklar Caddesi'ndeki bu arazide, zemin altına 5, zemin üstüne de 5 kat şeklinde otel imarı bulunuyor. 9 bin 600 metrekarelik alanda 80 odalı bu otel, sadece iş dünyasından misafirlerini ağırlayacak. Metro ve metrobüse yürüme mesafesindeki otel, yerli ve yabancı iş toplantılarına ev sahipliği yapacak. Grup, 2019'da buraya kazma vurmaya hazırlanıyor.

TÜRKİYE'NİN EN TEKNOLOJİK HASTANELERİNDEN MEMORIAL HASTANESİ'NİN BAHÇELİEVLER'DEKİ YERİNİ BEMA, 30 YILLIĞINA MEMORIAL GRUBU'NA KİRALADI

“TOPRAKLARIMIZIN MAYASI UNLA YOĞRULDU, LİDERLİĞİMİZ BU YÜZDEN...”

SON DÖNEMDE LİSANSLI DEPOCULUK ALANINDAKİ YATIRIMLARIYLA DİKKAT ÇEKEN ULUSOY UN, GERÇEKLEŞTİRECEĞİ YATIRIMLARIN ARDINDAN DEPOLAMA KAPASİTESİNİ 220 BİN TONA ULAŞTIRACAK. TÜRKİYE’NİN, SON ALTI YILDIR DÜNYANIN UN İHRACAT ŞAMPİYONU OLDUĞUNUN ALTINI ÇİZEN ULUSOY UN YÖNETİM KURULU BAŞKANI EREN GÜNHAN ULUSOY, ULUSOY UN OLARAK KENDİLERİNİN DE 80’DEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİĞİNİ KAYDEDİYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

2017 yılını 1 milyar 800 milyon TL’lik bir ciroyla kapayan Ulusoy Un, 2018 yılı için koyduğu büyüme hedefleri doğrultusunda ilerliyor. Yıl sonu ciroları için 2017’ye göre yüzde 17’lik bir artış hedeflediklerini dile getiren Ulusoy Un Yönetim Kurulu Başkanı Eren Günhan Ulusoy, henüz yılın ilk yarısındaki rakamlara göz atıldığında hedeflerinin üstüne çıkacaklarını gördüklerini söylerken son dönemdeki yatırımlarıyla da kapasitelerini artırdıklarını kaydediyor. Ulusoy, hem sektör genelindeki gelişmeleri hem de Ulusoy Un olarak son dönemdeki atılımlarını Platin okurlarıyla paylaşıyor.

ULUSOY UN YÖNETİM KURULU BAŞKANI **EREN GÜNHAN ULUSOY**

Son dönemde lisanslı depo yatırımınız gündemdeydi. Bu yatırımınızı realize ettiniz mi? Güncel yatırımlarınız hakkında da bilgi verebilir misiniz?

Son dönemde özellikle lisanslı depoculuk alanındaki atılımlarımızla tarım sektörüne farklı bir yönden katkıda bulunma hedefimizi yoluna koymuş bulunuyoruz. Yüzde 100 Ulusoy Un iştiraki olan Ulidaş Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk ile Çorum/Alaca’da 42 bin tonluk lisanslı depomuzun ardından, Yozgat Sorgun’daki 60 bin tonluk ikinci lisanslı depomuzu önümüzdeki aylarda açacağız.

Yıl sonuna doğru ise Samsun Gıda Organize Sanayi Bölgesi’ndeki ilk etapta 600 ton/gün buğday kırma kapasiteli yeni un fabrikamızla birlikte üçüncü lisanslı depomuzu da faaliyete sokmuş olacağız. Önümüzdeki dönemde ise Tekirdağ’da bir lisanslı depo yatırımında bulunmak istiyoruz. Böylece toplamda

220 bin ton depolama kapasitesine ulaşmış olacağız.

▸ Yakın dönemde kapasite artışı hedefiniz nedir?
500 ton/gün kapasitesiyle Samsun fabrikamız ve 400 ton/gün kapasiteli Çorlu fabrikamız olmak üzere mevcutta üretim kapasitemiz 900 ton/gün. Yeni fabrika yatırımımızın günde 600 ton/buğday kapasiteye sahip ilk etabının üretime geçmesi ile birlikte günlük üretim kapasitemiz bin 500 tona yükselecek.

▸ Yıl sonu beklentilerinizden kısaca bahsedebilir misiniz?
Yılın ikinci yarısında seçimlerin geçilmiş olması ve yeni sistemin oturması ile ülkemizin ekonomik göstergelerinin de daha iyileşmesini öngörüyoruz. Yılın ilk yarısında yakaladığımız rakamlar, 2018 yılı için belirlediğimiz yüzde 17'lik büyüme hedefimizin üzerine çıkacağımızın habercisi niteliğinde… Un sektörü olarak ihracatta yatay bir seyir var. İç piyasada ise satışlar normal seyrinde devam ediyor. Sektöre etki eden tüm dış faktörler ve volatil döviz hareketlerinin etkileri altında 2018 yılını belirlediğimiz 2.1 milyar TL ciro hedefimizin üstünde kapatmayı hedefliyoruz. Ulusoy Un olarak yakın vadede ülke ihracatındaki payımızı yüzde 5'in üzerine çıkarmayı hedefliyoruz.

▸ Ulusoy Un'un ihracat tarafında nasıl bir haritası bulunuyor? İhracatın cironuz içindeki payı nedir?
Ulusoy Un, ihracata başladığı günden bu yana dünyanın birçok ülkesine ürün tedarik etmiş ve dış satışı hep öncelikli tutarak ülke ekonomisine katkı sağlamayı amaçlamış bir firma. 80'den fazla ülkeye şu ana kadar ihracat gerçekleştiren Ulusoy Un, ağırlıklı olarak Afrika pazarında etkinliğini sürdürüyor. 2017 yılında un ihracatımızın toplam ciromuzdaki payı yüzde 10 seviyelerindeydi.

▸ Unlu mamullerde tüketim alışkanlıkları değişim gösteriyor. Bu paralelde sizde de yeni ürünler söz konusu mu?
Ulusoy Un olarak Ar-Ge çalışmalarımız sonucunda üretilen yeni ürünlerle pazara cevap veriyoruz. Özel amaçlı unlar, pastane grubu ürünler ve endüstriyel gruba hitap eden yeni ürünlerimizle geniş bir yelpaze oluşturmuş durumdayız. Örneğin Uzak Doğu pazarına hitap ederken noodle için uygun unlar ihraç ediyoruz.

> "HER ŞEYDEN ÖNCE ŞUNU İYİ HATIRLAMAMIZ GEREKİYOR; UNUN ANA MADDESİ BUĞDAYIN ANAVATANI TÜRKİYE-GÖBEKLİTEPE… GÖBEKLİTEPE'DE YAPILAN ARAŞTIRMALAR SONUCUNDA BUĞDAYIN KÖKLERİNİN M.Ö. 12 BİN YIL ÖNCESİNE DAYANDIĞI KEŞFEDİLDİ. TÜRKİYE, BUĞDAYLA VE DOĞAL OLARAK UNLA YOĞRULMUŞ BİR ÜLKE… KÖKLERİMİZDEN GELEN BU BİLİNCİ, ALTI YILDIR DA İHRACAT BAŞARILARIMIZLA TAÇLANDIRMIŞ BULUNUYORUZ"

▸ İSO-500'de bu yıl 444'üncü sırada yer aldınız. Önümüzdeki dönemler için hangi basamaklarda olmayı hedefliyorsunuz?
Öncelikli hedefimiz ülke ekonomisine, istihdama olabildiğince destek vermek, güvenilir gıda üretimi ile halkımızın sağlıklı ürünler tüketmesini sağlamak. Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşlarının yer aldığı İSO-500 listesinde bulunmaktan dolayı oldukça mutluyuz.
Uzun vadede sıralamadaki yerimizi ilk 300 ve ilk 200 arasına çıkarmayı hedefliyoruz. Keza aynı durum TİM 1000 (487'nci sırada) için de geçerli.

▸ Türk un pazarı hakkında neler söyleyebilirsiniz? İhracatta şu anda hangi konumda bulunuyoruz?
Türkiye, son altı yıldır dünyanın un ihracat şampiyonu olma özelliğini taşıyor. 18 milyar TL büyüklüğe sahip Türkiye un sanayisi, 12.6 milyon tonluk dünya un ticaretinin yüzde 30'unu gerçekleştiriyor. Başka bir deyişle dünyada ticareti yapılan her üç kilogram unun bir kilogramını Türkiye satıyor. Türkiye'den sonra gelen Kazakistan ise dünya un ticaretinin yüzde 20'sini gerçekleştiriyor. 2002 yılında 253 bin ton olan un ihracatımız, 2017 yıl sonu itibariyle 3.5 milyon tona çıktı. Yaratılan gelir açısından ise aynı yıllarla karşılaştırınca, 47 milyon dolardan, 1.1 milyar dolara yükseliş var. Sektör olarak en büyük ve en derin pazarımız, toplam un ihracatımızın yarısından fazlasını gerçekleştirdiğimiz Irak.
2017 yılı rakamlarında Irak'ı Suriye, Sudan, Angola ve Somali izledi. Bugüne kadar 160 ülkeye un ihraç eden un sanayicileri olarak yeni pazar arayışından ziyade mevcut pazarları derinleştirme çabasındayız.

▸ Şirketin ikinci kuşak temsilcisisiniz. Üç yıldır da yönetim kurulu başkanlığı görevini yürütüyorsunuz. Bu üç yıllık serüveninizi değerlendirebilir misiniz?
Şirketimizin kurucusu ve onursal başkanı Fahrettin Ulusoy'dan bayrağı devraldığımda üstleneceğim sorumluluğun farkındaydım. Zira o güne kadar Fahrettin Ulusoy tarafından elde edilmiş başarılar ve oluşturulmuş Ulusoy Un markasına yakışır bir geleceği oluşturma görevini devralmış bulunuyordum. Ailemin ve çalışma arkadaşlarımın da destekleriyle Ulusoy Un isminin tıpkı kurulduğu gün olduğu gibi bugün de güvenin ve kalitenin sembolü olması için çalışmalarıma ara vermeden devam ediyorum. Belirttiğim gibi artık ülkemize, milletimize ve ortaklarımıza karşı sorumluluklarımız daha büyük.

▸ İkinci kuşak yöneticisi olarak üçüncü kuşağı da iş hayatına hazırlıyor musunuz?
İş hayatlarının her anında onları bir şekilde destekleyecek ve adımlarını sağlam atmalarına olanak sağlayacak tecrübe ve birikimlerini sürekli beslemelerini tavsiye ediyorum. Yeteneklerin dijital çağda sınırsız olanaklarla geliştirme ve yönetme imkanı bulunan bir dönemde iş hayatına hazırlanacaklar ve bu gerçekten çok önemli bir avantaj.
Yakın gelecekte birçok şirkette üst düzey yönetici kadrolarının belki de tamamı bu sebeple genç arkadaşlarımızdan oluşacak. Bu fırsatı iyi kullanmalarını ve geleceğimizde söz sahibi olacak kapasiteye erişmek için büyük çaba sarf etmelerini tavsiye ederim.

YENİ SİSTEM, YENİ YOL HARİTASI

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

TARİHİ 24 HAZİRAN SEÇİMLERİNİN ARDINDAN SEÇMEN, YENİ YOL HARİTASINI BELİRLEDİ. CUMHURBAŞKANI RECEP TAYYİP ERDOĞAN, YÜZDE 52.6 OY ORANIYLA YENİ SİSTEMİN İLK BAŞKANI OLDU. BÖYLECE TÜRKİYE İÇİN FARKLI BİR DÖNEM BAŞLADI. 21 MİLYON 335 BİN 579 SEÇMENİN DESTEĞİNİ ALAN AK PARTİ, YENİ DÖNEMİ ŞEKİLLENDİRECEK GÜÇ OLDU. 9 TEMMUZ GÜNÜ CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN'IN YEMİN EDİP MAZBATASINI ALMASIYLA RESMEN CUMHURBAŞKANLIĞI HÜKÜMET SİSTEMİ'NE GEÇİLDİ. AYLAR ÖNCE BAŞLAYAN ÇALIŞMANIN SONUCU OLARAK SİSTEMDE BOŞLUK OLUŞMASININ ÖNÜNE GEÇİLDİ, DÖNÜŞÜM SÜRECİ HIZLI VE SORUNSUZ BİR ŞEKİLDE ATLATILDI. CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN, AYNI GÜN İÇİNDE 16 BAKAN VE BİR BAŞKAN YARDIMCISI ATADI. YÜRÜTMEDE SADELEŞMEYE GİDİLMESİYLE BAKANLIK SAYISI 26'DAN 16'YA DÜŞERKEN, EKONOMİ ALANINDAKİ BAKANLIKLARIN SAYISI DA 6'DAN 3'E İNDİ. BUNA GÖRE HAZİNE VE MALİYE BAKANI, TİCARET BAKANI, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANI YENİ DÖNEMDE TÜRKİYE EKONOMİSİNE YÖN VERECEK. YENİ SİSTEMDE AYRICA CUMHURBAŞKANLIĞI'NA DOĞRUDAN BAĞLI OLARAK ÇALIŞACAK 4 OFİS VE 9 KURUL OLUŞTURULDU

Daha az bürokrasi daha hızlı karar alma süreci hedefiyle inşa edilen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi, 9 Temmuz'da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yemin etmesi ve ardından mazbatasını almasıyla resmen başladı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, aynı gün 16 bakanı atadı. Yeni bakanların sektörlerinde önde gelen iş insanları olması, Erdoğan'ın daha önce de dile getirdiği 'ülkeyi bir anonim şirket gibi yönetmek' hedefiyle uyumlu gözüküyor. Kimi çevrelerce çok eleştirilen bu düşünce, ABD başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde başarıyla yürütülüyor. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 'ülkeyi bir anonim şirket gibi yönetmek' sözleriyle asıl vurgulamak istediği noktayı gözden kaçırmamak gerek. Erdoğan, özel sektörde olduğu gibi kaliteli hizmet üretebilecek kadroların görev başına getirilmesinden söz ediyor aslında. Toplum için gerçekleştirilecek politikaların, toplumun ihtiyaçlarını verimli bir şekilde karşılaması asıl hedef. Hedefi kusursuzca gerçekleştirmek için ideal olansa işinin ehli insanlarla çalışmak… Bu noktada da bakanlık görevine atanan isimlerin özel sektörde alanlarında duayen isimler olması kaçınılmaz. Bu isimler yeni dönemde ülkenin taleplerini ve ihtiyaçlarını karşılamak için Cumhurbaşkanı Erdoğan önderliğinde çalışmalarına başladı. Bakanlık sayısının 26'dan 16'ya düşürülmesinin, işlevini yitirmiş 64 kurum kapatılmasının ve 100'den fazla ana birimin ya birleştirilmesinin ya da lağvedilmesinin sebebi yürütmede sadeleşmeyi yakalamak ve bürokrasinin getirdiği hantallığı ortadan kaldırmak… Yeni dönemde yürütmenin sadeleşmesiyle daha hızlı ve sorunsuz işleyen bir mekanizma öngörülüyor.

SİSTEM, ÇATIŞMALARIN ÖNÜNE GEÇECEK

Yeni sistemle birlikte Cumhurbaşkanı'na siyasi sorumluluk getiriliyor. Siyasi sorumluluk ve siyasi karar verme açısından tek bir iradeyi ön plana çıkaran sistem, aynı zamanda çatışmaların da önüne geçiyor. Burada anlaşılması gereken nokta şu: Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan halk tarafından seçilen tek irade olsa da, her konuda istediği gibi karar vermeyecek, yeni oluşturulan kurullar ve ofislerle beraber çalışacak, kurulların hazırladıkları taslakları inceleyecek… Bu durumda yeni sistemde bir tek adam rejimin doğması ütopik gözüküyor. Kolektif çalışma esasına dayanan yeni sistem ayrıca güçler ayrılığı ilkesini ve yargıyı güçlendirmeyi hedefliyor. Tek adam rejimi ise yalnızca hukukun ve yargının tasfiyesi ile mümkün. Dolayısıyla Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi, tek adamlığı getirmeyi değil, demokrasinin önünü açmayı hedefliyor. İş birliğine dayanan yeni hükümet modeli teknik anlamda çatışmasız çalışması planlanan bir 'ekip hükümeti' olacak. Hükümetin başında siyasi karar verici konumunda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, ekibin fikirlerini dinleyen, politika üretme sürecine dahil olan bir lider olacak. İktidara geldiği ilk günden beri Türkiye'ye hizmet etmek için çalışan Ak Parti Hükümetleri ve Cumhurbaşkanı Recep Tayip Erdoğan, Türkiye'nin yeni yol haritasının çizildiği 24 Haziran Seçimleri'nden sonra halk tarafından belirlenen yeni sistem doğrultusunda çalışmalarına son hızla devam edecek. Yeni sisteme geçiş sürecini sorunsuz ve hızlı atlatmayı başaran Cumhurbaşkanı Erdoğan, dünya çapında mevkidaşlarının takdirini kazandı. Öte yandan çıka-

> CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN'IN 'ÜLKEYİ BİR ANONİM ŞİRKET GİBİ YÖNETMEK' SÖZLERİYLE ASIL VURGULAMAK İSTEDİĞİ NOKTAYI GÖZDEN KAÇIRMAMAK GEREK. ERDOĞAN, ÖZEL SEKTÖRDE OLDUĞU GİBİ KALİTELİ HİZMET ÜRETEBİLECEK KADROLARIN GÖREV BAŞINA GETİRİLMESİNDEN SÖZ EDİYOR. ASIL HEDEF, TOPLUM İÇİN GERÇEKLEŞTİRİLECEK POLİTİKALARIN, TOPLUMUN İHTİYAÇLARINI VERİMLİ BİR ŞEKİLDE KARŞILAMASI…

CUMHURBAŞKANINA BAĞLI KURUM VE KURULUŞLAR

- Devlet Arşivleri Başkanlığı
- Devlet Denetleme Kurulu
- Diyanet İşleri Başkanlığı
- Genelkurmay Başkanlığı
- İletişim Başkanlığı
- Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği
- Milli İstihbarat Teşkilatı Başkanlığı
- Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı
- Savunma Sanayi Başkanlığı
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı
- Türkiye Varlık Fonu
- Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

HAZİNE VE MALİYE BAKANLIĞI'NA BAĞLI KURUM VE KURULUŞLAR

- Darphane ve Damga Matbaası Genel Müdürlüğü
- Gelir İdaresi Başkanlığı
- Milli Piyango İdaresi Genel Müdürlüğü
- Özelleştirme İdaresi Başkanlığı
- Türkiye İstatistik Kurumu
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu
- Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu
- Sermaye Piyasası Kurulu
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
- Ziraat Bankası
- Halkbank
- Türkiye Vakıflar Bankası
- Türkiye Kalkınma Bankası
- Merkezi Finans ve İhale Birimi

rılan Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri ile kurum ve kuruluşların adı, görevleri ve bağlı oldukları kuruluşlar belirlendi. Çıkan kararnameler ile yeni sisteme dair kurumlar şekillendi. Kiminin adı değişti, kiminin bağlı olduğu üst kuruluş değişti, kimi tamamen ortadan kaldırıldı.

CUMHURBAŞKANLIĞINA BAĞLI KURULLAR

Resmi Gazete'de yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkındaki 1 No'lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi'yle bir nevi devletin yeni yapılanması ortaya konuldu. Kararname ile Bilim, Teknoloji ve Yenilik Politikaları Kurulu, Eğitim ve Öğretim Politikaları Kurulu, Ekonomi Politikaları Kurulu, Güvenlik ve Dış Politikalar Kurulu, Hukuk Politikaları Kurulu, Kültür ve Sanat Politikaları Kurulu, Sağlık ve Gıda Politikaları Kurulu, Sosyal Politikalar Kurulu ve Yerel Yönetim Politikaları Kurulu oluşturuldu. Kurulların görevi uygulanacak politikalarla ilgili stratejiler geliştirmek, vizyoner isimlerden bilgi alarak konularında raporlar hazırlamak, toplumunun ihtiyaçları doğrultusunda genel stratejiler oluşturmak ve bu raporları Cumhurbaşkanı'na iletmek… Kurul üyeleri Cumhurbaşkanı tarafından atanacak ve kurulların başkanı Cumhurbaşkanı olacak.

CUMHURBAŞKANLIĞINA BAĞLI OFİSLER

Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi'nin, Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesiyle, Cumhurbaşkanlığına bağlı, özel bütçeli, kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip, Dijital Dönüşüm Ofisi, Finans Ofisi, İnsan Kaynakları Ofisi ve Yatırım Ofisi kuruldu. Hızlı karar alma sürecinin en etkin sacayağı olarak düşünülen 4 ofis, Cumhurbaşkanı ile direkt dirsek teması içinde çalışacak. Hükümet politikalarında etkili olması beklenen ofis kararları ile hızlı ve etkin politika yürütülmesi öngörülüyor. Yeni sistemde bakanlık icraatlarının takibi de bu ofisler aracılığı ile yapılacak. Ofisler yapacakları araştırmalar için kamu kurum ve kuruluşlarından bilgi ve belge talep edebilecek.

CUMHURBAŞKANLIĞI HÜKÜMET SİSTEMİ; TEK ADAMLIĞI GETİRMEYİ DEĞİL, DEMOKRASİNİN ÖNÜNÜ AÇMAYI HEDEFLİYOR. İŞ BİRLİĞİNE DAYANAN YENİ HÜKÜMET MODELİ TEKNİK ANLAMDA ÇATIŞMASIZ ÇALIŞMASI PLANLANAN BİR 'EKİP HÜKÜMETİ' OLACAK

YENİ SİSTEMDE BAKANLIKLAR

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde bakanlıkların sayısı 16'ya düşürüldü. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile Ekonomi Bakanlığı'nın birleştirilmesiyle Ticaret Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı ile Avrupa Birliği Bakanlığı'nın birleştirilmesiyle Dışişleri Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın birleştirilmesiyle Çalışma, Sosyal Hizmetler ve Aile Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın birleştirilmesiyle Tarım ve Orman Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın birleştirilmesiyle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı oluşturuldu. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın yeni sistemdeki ismi Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı oldu. Hazine ve Maliye Bakanlığı ise Hazine Müsteşarlığı'nın yeni yapılanmada Maliye Bakanlığı çatısı altına geçmesiyle oluştu.

DİĞER KURUM VE KURULUŞLAR

Maliye Bakanlığı'na bağlı olan Milli Emlak Genel Müdürlüğü, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na bağlandı. AB Genel Sekreterliği kaldırılarak yerine Dışişleri Bakanlığı'na bağlı Avrupa Birliği Başkanlığı oluşturuldu. Vakıflar Genel Müdürlüğü, TİKA ve Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlandı. Afet ve Acil Durum Başkanlığı İçişleri Bakanlığı bünyesine girdi. Tarım Bakanlığı'na bağlı Atatürk Orman Çiftliği Müdürlüğü, Su Enstitüsü kuruldu. 4 numaralı kararname ile oluşturulan Maden Petrol İşleri Genel Müdürlüğü, Nükleer Düzenleme Kurumu, Nadir Toprak Elementleri Araştırma Enstitüsü de Enerji Bakanlığı'na bağlandı. Kişisel Verileri Koruma Kurumu ve Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Adalet Bakanlığı'nın, Türkiye Emlak Bankası ise Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın bünyesine alındı. Kararnamelerle ayrıca KOSGEB, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın ilgili kuruluşu oldu. Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. ise Ticaret Bakanlığı'na bağlı oldu. Kişisel Verileri Koruma Kurumu ve Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Adalet Bakanlığı ile ilişkilendirildi. 8 nolu kararname ile Hazine ve Maliye Bakanı ile Milli Eğitim Bakanı da Yüksek Askeri Şura üyesi yapıldı.

EKONOMİNİN DÜMENİ BU İSİMLERİN ELLERİNDE

YENİ DÖNEMİN EN ÖNEMLİ UNSURLARINDAN BİRİ DE EKONOMİ YÖNETİMİ... EKONOMİ ALANINDA ELDE EDİLECEK BAŞARILAR, SEÇİMLE GELEN REFORM SÜRECİNİN TAMAMLAYICISI OLACAK. PLATİN DERGİSİ OLARAK EKONOMİYE YÖN VERECEK BAKANLARI ELE ALDIK...

HAZİNE VE MALİYE BAKANI BERAT ALBAYRAK:

"PİYASALARLA KAVGA ETMEYECEĞİZ"

İstanbul Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nden mezun olduktan sonra yüksek lisansını New York Pace Üniversitesi Lubin School of Business'ta tamamlayan Berat Albayrak, bankacılık ve finans bölümünden 'Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Finansmanı' tezi ile doktora derecesi aldı. Profesyonel çalışma hayatına 1996 yılında başlayan Albayrak; ekonomi, enerji ve finans başta olmak üzere farklı girişimlerde yönetici olarak öncülük etti. 2013 yılı sonunda özel sektördeki kariyerine nokta koyarak, Sabah Gazetesi'nde başladığı köşe yazarlığının yanı sıra Marmara Üniversitesi'nde bankacılık ve finans üzerine dersler verdi. 25'inci, 26'ncı ve 27'nci dönemde İstanbul milletvekili olarak meclise girdi. Aynı zamanda Adalet ve Kalkınma Partisi Merkez Yürütme Kurulu Üyesi olan Berat Albayrak, 64'üncü ve 65'inci Türkiye Cumhuriyeti Hükümetleri'nde, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı olarak görev yaptı. Albayrak'ın bakanlığı döneminde, Türkiye'nin orta ve uzun vadeli enerji politikalarından oluşan 'Milli Enerji ve Maden Strateji Belgesi' hazırlandı. Bu kapsamda doğalgaz arz güvenliği için Türkiye'nin ilk FSRU (Sıvılaştırılmış Doğalgaz Depolama ve Gazlaştırma Ünitesi) projesi, yerli fabrika ve Ar-Ge şartlı 1000'er MW'lık dünyanın en büyük güneş ve rüzgar enerjisi santralleri ihalesi, Türkiye'nin ilk yerli ve milli sondaj gemisinin hizmete alınması, 1 milyon metrekare sondajı hamlesi, Ulusal Bor Stratejisi gibi enerji ve maden alanında dünyaya örnek olacak birçok proje hayata geçirildi. Yeni sistemde Hazine ve Maliye Bakanı olarak atanan Albayrak, ekonominin yol haritasını şu sözlerle dile getirdi: "Piyasalarla kavga etmeyeceğiz. Biz piyasayla kavga ederek değil, kazan-kazan ilişkisine dayalı hep birlikte güçlü iletişimle yürüyeceğiz. Açık ve şeffaf olacağız. Bakanlığımız döneminde hiçbir zaman bize bağlı konularla ilgili piyasanın gerisinde olmayacağız. Piyasanın önünde olacağız."

TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN:

"DUVARLARI AŞARAK DAHA FAZLA İHRACAT YAPACAĞIZ"

Ruhsar Pekcan, 1958'de Manisa'da doğdu. İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Elektrik Fakültesi'nden mezun olan Pekcan, yüksek lisansını da aynı fakültede tamamladı. 1981'de Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'nda başladığı kariyerine çeşitli firmalardaki farklı görevlerinin ardından TSKB'de Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak devam etti. Türkiye-Ürdün İş Konseyi Başkanlığı, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkan Yardımcılığı yapan Ruhsar Pekcan, üç dönem DEİK Türkiye-Suriye İş Konseyi Başkanlığı'nı yürüttü. Halen TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkan Yardımcılığı, İTO-IKGK İstanbul Kadın Girişimler Kurulu Üyeliği, ECO-CCI Ekonomik İşbirliği Teşkilatı, Ticaret ve Sanayi Odaları, Kadın Girişimciler Kurulu Üyeliği görevlerini yürütüyor. IWEC 2012 Ödülü sahibidir. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin ilk kabinesine Ticaret Bakanı olarak atanan Pekcan, devir teslim töreniyle görevini Bülent Tüfenkci'den devralırken şöyle konuştu: "Dünya için zor bir dönem. Bütün ülkelerde ekonomiler daha içe kapanık bir dönem yaşarken, biz bu duvarları aşarak daha fazla ihracat yapacağız, şartlarımızı daha fazla zorlayacağız."

SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANI MUSTAFA VARANK:

"BİLİM VE TEKNOLOJİ, ÜLKEYİ GELECEĞE TAŞIYACAK ANA YOL"

1976 yılında Trabzon'da doğan Mustafa Varank, İstanbul İmam Hatip Lisesi'ni bitirdikten sonra lisans eğitimini Orta Doğu Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde tamamladı. Yüksek lisansını ise ABD'de bulunan Indiana Üniversitesi Bilgisayar Bilimleri Bölümü'nde yaptı. Bu dönemlerde Florida State Üniversitesi'nde uzman, Indiana Üniversitesi Pervasive Teknoloji Enstitüsü'nde ise araştırmacı ve sistem yöneticisi pozisyonlarında çalıştı. 2005 yılında Başbakanlık'ta görev yapmaya başladı ve sırasıyla, 2011'de Başbakan Başdanışmanlığı'na, 2014'te ise Cumhurbaşkanlığı Başdanışmanlığı'na getirildi. 2016 yılında büyükelçi unvanı aldı. Başdanışmanlık görevi boyunca, Başbakanımız ve Cumhurbaşkanımız tarafından verilen diğer görevlerin yanı sıra, yüksek teknoloji, bilgisayar teknolojileri ve uygulamaları, savunma sanayi ve araştırma-geliştirme alanlarıyla özel olarak ilgilendi. Yeni dönemde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na getirilen Varank, bilim ve teknolojideki önceliklerini şöyle özetledi: "Bilim ve teknolojiyi, ülkeyi geleceğe taşıyacak tali yol değil, ana yol olarak görmek istiyoruz. Bu yolda durmak, dinlenmek, yavaşlamak gibi bir lüksümüz yok. Türkiye'nin bilim ve teknoloji yolculuğunda mazerete yer olmayacak. Bilim ve teknoloji konusu söz konusu olduğunda mazeret kabul etmeyeceğiz."

ÇALIŞMA, SOSYAL HİZMETLER VE AİLE BAKANI ZEHRA ZÜMRÜT SELÇUK:

"EMEKÇİLERİMİZİN ALIN TERİ BİZİM İÇİN KUTSALDIR"

1979 Ordu doğumlu olan Zehra Zümrüt Selçuk, ilk ve ortaöğrenimini sırasıyla İzmir, Siirt ve Giresun illerinde tamamladıktan sonra 1996'da Ankara Atatürk Anadolu Lisesi'nden mezun oldu. Türkiye 49'ncusu olarak Bilkent Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nü tam burslu olarak kazandı. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden üçüncülük derecesiyle mezun oldu. 2000 yılında Michigan Üniversitesi'nde ekonomi doktorasına burslu olarak kabul edildi. Teksas Üniversitesi'nde işletme doktorasına başladı, araştırma görevlisi olarak işletme ve muhasebe dersleri verdi. Aynı üniversitede Muhasebe ve Enformasyon Sistemleri üzerine yüksek lisansını tamamladıktan sonra İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) Ankara Merkezi (SESRIC) İstatistik ve Enformasyon Departmanı'nda araştırmacı ve kıdemli araştırmacı olarak çalıştı. Toplumsal cinsiyet, demografi, iş gücü, çok boyutlu yoksulluk ölçümleri, eğitim ve inovasyon, bilgi performans sistemleri, bankacılık ve finans, kalkınma yardımları gibi çeşitli konularda veri tabanları, anketler ve raporlar hazırladı. 2015 yılından beri İslam İşbirliği Teşkilatı İstatistik ve Enformasyon direktörü olan Selçuk, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik birçok projenin ve kapasite geliştirme programlarının koordinatörlüğünü üstlendi. Cumhurbaşkanlığı hükümet modelinin ilk Çalışma, Sosyal Hizmetler ve Aile Bakanı olan Selçuk, görevini devralırken, "Biliyoruz ki emek kutsaldır ve bu yüzden ki emekçilerin alın teri bizim için kutsaldır. Sosyal devlet anlayışının en önemli uygulayıcılarından biri de Türkiye" dedi.

ENERJİ VE TABİ KAYNAKLAR BAKANI FATİH DÖNMEZ:

"DAHA HIZLI VE PERFORMANSI YÜKSEK BİR DEVLETTEN BAHSEDİYORUZ"

1965 yılında Bilecik'te doğdu. İlk, orta ve lise tahsilini İstanbul'da tamamladıktan sonra 1987 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi Elektrik-Elektronik Fakültesi Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu. 1994 yılında İstanbul Büyükşehir Belediyesi iştiraklerinden İGDAŞ'ta, Etüt ve Proje Müdürlüğü, Genel Müdür Yardımcılığı ve Yönetim Kurulu Üyeliği görevlerinde bulundu. 2002 yılından itibaren İstanbul Büyükşehir Belediyesi İştirakler Daire Başkanlığı'nda, İştirakler Genel Koordinatörü olarak; İBB iştiraklerinin yönetim kurullarında başkan ve üye olarak görev yaptı. 2008'de EPDK Kurul üyeliğine atanan Dönmez, EPDK'nın üyesi olduğu ERRA'da (Enerji Düzenleyicileri Bölgesel Birliği) 2008 ve 2010 genel kurullarında üye ülkelerin temsilcileri tarafından Yönetim Kurulu Üyesi seçildi. 2015 yılında Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Müsteşarlığı'na atanan Fatih Dönmez, Enerji Piyasaları İşletme Anonim Şirketi (EPİAŞ) Yönetim Kurulu Başkanlığı ve Trans Anadolu Doğalgaz Boru Hattı Projesi (TANAP) Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği görevlerini de yürüttü. Fatih Dönmez, bayrağı Berat Albayrak'tan teslim alırken şu yorumda bulundu: "Yeni hükümet sisteminde daha az sayıda kurum, daha az sayıda yönetici ile daha hızlı ve performansı daha yüksek bir devletten bahsediyoruz."

ULAŞTIRMA VE ALTYAPI BAKANI MEHMET CAHİT TURHAN:

"YUVAYA TEKRAR DÖNDÜM"

1960 yılında Trabzon'da doğdu. 1981 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi İnşaat Mimarlık Fakültesi İnşaat Bölümü'nü bitirdi, aynı üniversitede yüksek lisans yaptı. 1985 yılında Karayolları Genel Müdürlüğü'nde mühendis olarak çalışmaya başlayan Turhan, KGM'de kontrol mühendisliği, büro mühendisliği, kontrol şefliği görevlerinde bulundu. 1995 yılından itibaren İstanbul 17. Bölge Müdürlüğü bünyesinde Otoyol Bakım İşletme Başmühendisi, Otoyol Yapım Başmühendisi, Bölge Müdür Yardımcısı ve Bölge Müdürü olarak görev yaptı. Karayolları Genel Müdür Yardımcılığı'nın ardından 2005-2015 yılları arasında Karayolları Genel Müdürlüğü görevini yürüttü. Emekli olduktan sonra Cumhurbaşkanlığı Başdanışmanlığı, ardından Danıştay Üyesi olarak vazife yaptı. Kuzey Marmara Otoyolu inşaatını üstlenen konsorsiyumun CEO'luğuna getirildi. 9 Temmuz 2018 tarihinde Ulaştırma ve Altyapı Bakanı olarak atanan Mehmet Cahit Turhan göreve başlarken şu açıklamada bulundu: "Ben de 30 yıl, bu bakanlığa bağlı Karayolları Genel Müdürlüğü'nde görev yaptım. 2 yıllık bir ayrılıktan sonra yuvaya tekrar döndüm. Bundan sonra yine ulaştırma ailesiyle ülkemize daha güzel hizmetler vermeye gayret edeceğiz."

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANI MEHMET ERSOY:

"TURİZM, ÖNCELİKLİ SEKTÖRLERDEN BİRİ OLACAK"

Türk turizm sektöründe 25 yılı aşkın bir geçmişe sahip olan Etstur'un Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Nuri Ersoy, 1968 İstanbul doğumludur. İstanbul Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nde öğrenim gördü. Etstur'un ardından 2000 yılında kurduğu Voyage Otelleri, 2001'deki girişimi Didimtur, 2006'da açtığı Jetset ve Ucuzabilet ile turizme pek çok marka kazandırdı. 2012 yılında cruise sektörüne yatırım yaparak Türkiye'nin tek cruise gemisi işletmecisi olan Ersoy, 2017 yılında online rezervasyon platformu Odamax.com'u hayata geçirdi. Odamax.com ile dünyanın dört bir köşesinden 200 bine yakın tesis için rezervasyon hizmeti sağlamaya başladı. Bakanlık görevini Numan Kurtulmuş'tan devralan kültür ve turizm bakanı Mehmet Ersoy, ilk mesajını verdi: " Sayın Cumhurbaşkanımız ile yaptığım görüşmede, bana turizm sektörünün bu dönemde öncelikli sektörlerden biri olacağını söyledi ve hedefi de o şekilde koydu. Hedefimiz, bu dönemde sadece kişi sayısını artırmak olmayacak. Türkiye'ye seyahat eden nitelikli turist dediğimiz, gelir gurubu yüksek turistleri de hedefleyeceğiz. Sadece sayıyı artırmakla yetinmeyeceğiz. Daha fazla para harcayan, konaklama dışı harcaması daha yüksek olan turistleri hedefleyeceğiz."

VOGUE

Hotel Bodrum

www.voguehotels.com

Sharing is caring...

DÜNYAYI KADINLAR MI YÖNETECEK?

Duygu Sayıner / duygu.sayiner@platinonline.com

DÜNYA GENELİNDE KADIN ÇALIŞANLARIN SAYISI HER GEÇEN GÜN ARTIYOR. TABİİ Kİ BUNDA KADINA DAHA ÇOK İSTİHDAM YARATILMASI, POZİTİF AYRIMCILIK UYGULAMALARI YA DA KADINI İŞ HAYATINA TEŞVİK ETMEK GİBİ PROJELERİN DE OLDUKÇA ÖNEMLİ BİR KATKISI VAR. KADINLAR, ŞİRKETLERDEKİ ÜST DÜZEY POZİSYONLARI VE GİRİŞİMCİSİ OLDUKLARI ŞİRKETLERİN YÖNETİCİLİKLERİ DIŞINDA SİYASETTE DE KENDİLERİNDEN EMİN ADIMLARLA İLERLİYORLAR. BUGÜN PEK ÇOK ÜLKENİN CUMHURBAŞKANLIĞI YA DA BAŞBAKANLIK KOLTUĞUNDA KADINLAR OTURUYOR. HEMEN HEMEN HER ÜLKENİN SİYASİ KİMLİĞİNDE BİR KADININ ADI GEÇİYOR. BU DURUM DA AKILLARA ŞU SORUYU GETİRİYOR: YAKIN BİR GELECEKTE ACABA DÜNYAYI KADINLAR MI YÖNETECEK?

Kadınlar iş dünyasında aktif rolleri ve ekonomiye sağladığı katkı dışında siyasette de adından söz ettiriyor. Dünyanın pek çok ülkesinde kadınların adı siyasette de anılıyor. Örneğin geçtiğimiz aylarda İspanya hükümetinde, ülkenin demokrasiye geçmesinden bugüne ilk kez kadın bakanların sayısı erkekleri geçti. 17 üyeli kabinenin 11'i kadınlardan oluştu. Fransa da geçtiğimiz yıl 577 üyeli parlamentosunda toplam 223 kadın üyeye yer vermişti. Parlamentolararası Birlik verilerine göre bundan 20 yıl kadar önce İsveç, Norveç, Finlandiya, Danimarka ve Hollanda'daki kadın milletvekili oranı yüzde 30'un üzerindeydi. 20 yıl sonra Afrika'da Ruanda ve bazı Orta ve Güney Amerika ülkeleri İskandinav ülkelerini geçti. Bolivya, Granada, Meksika, Nikaragua, Kosta Rika ve Küba yüzde 40'tan fazla kadın milletvekili oranıyla ilk 10 ülke arasında yer alıyor. Kadınların yüzde 50'den fazla bir oranla temsil edildiği üç ülke ise, Ruanda, Küba ve Bolivya. Meksika'da ise bu oran yüzde 48,6.

UZUN SÜRE GÖREVDE KALANLAR VAR

Parlamentolararası Birlik verilerine göre son 50 yılda 146 ülkenin 56'sında kadınlar, en az 1 yıl süreyle görev yaptı. 2005 yılında itibaren görevde olan Almanya Başbakanı Angela Merkel, en uzun süre görev yapan kadın lider. Bangladeş lideri Şeyh Hasina Vecid üçüncü iktidar dönemini yaşıyor. Norveç Başbakanı Erna Solberg, 2013 yılından itibaren görevini sürdürüyor. Namibyalı Saara Kuugonelwa 2015'te göreve geldi. Theresa May, 2016'da ikinci kadın İngiliz Başbakanı oldu. Bu yılın Ocak ayında seçilen Romanya Başbakanı Viorica Dancila ülke tarihindeki ilk kadın lider oldu. Mayıs 2018'de göreve getirilen Mia Mottley de Barbados'un ilk kadın lideri seçildi.

TÜRKİYE'DE KABİNEDE 2 KADIN BAKAN YER ALIYOR

YENİ SİSTEMİN İLK CUMHURBAŞKANI OLARAK SEÇİLEN RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN YENİ KABİNESİNDE 2 KADIN BAKANIMIZ BULUNUYOR

Çalışma, Sosyal Hizmetler ve Aile Bakanı
ZEHRA ZÜMRÜT SELÇUK

1979 yılında Ordu'da dünyaya geldi. Ankara Atatürk Anadolu Lisesi'nin ardından Bilkent Üniversitesi'nde ekonomi lisansı öğrenimi gördü. Amerika'da Michigan Üniversitesi'nde ekonomi doktorasına başladı. Teksas Üniversitesi'nde işletme doktorasına devam ederken, aynı üniversitede muhasebe ve enformasyon yönetimi yüksek lisansı yaptı. 2003-2007 yılları arasında Teksas Üniversitesi'nde araştırma asistanı, 2007'den itibaren de İslam İşbirliği Teşkilatı'nda (SESRIC) kıdemli araştırmacı olarak görev yapan Zehra Zümrüt Selçuk, halen SESRIC İstatistik ve Enformasyon Direktörü olarak görevine devam ediyor.

Ticaret Bakanı RUHSAR PEKCAN

1958 yılında Manisa'da dünyaya geldi. İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi mezunu olan Pekcan, yüksek lisansını da aynı fakültede yaptı. 1981 yılında TSKB Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'nda başladığı kariyerine, özel sektörde çeşitli firmalarda, farklı görevlerde devam etti.

DÜNYADAKİ KADIN SİYASİLER

Almanya Başbakanı
Angela Merkel

Bangladeş Başbakanı
Şeyh Hasina Vecid

Barbados Başbakanı
Mia Mottley

Estonya Cumhurbaşkanı
Kersti Kaljulaid

Hırvatistan Cumhurbaşkanı
Kolinda Grabar Kitaroviç

İngiltere Başbakanı
Theresa May

İskoçya Birinci Bakanı
Nicola Sturgeon

İzlanda Başbakanı
Katrin Jakobsdottir

Litvanya Cumhurbaşkanı
Dalia Grybauskaite

Malta Cumhurbaşkanı
Marie-Louise Coleiro Preca

Namibya Başbakanı
Saara Kuugongelwa-Amadhila

Norveç Başbakanı
Erna Solberg

Romanya Başbakanı
Viorica Dancila

Sırbistan Başbakanı
Ana Brnabic

Tayvan Cumhurbaşkanı
Tsai Ing-wen

Trinidad ve Tobago Devlet Başkanı
Paula-Mae Weekes

Yeni Zelanda Başbakanı
Jacinda Ardern

CESUR KADINLARIN ÇAĞI

KPMG'NİN İLK KEZ YAPTIĞI VE DÜNYADA DA BİR İLK OLAN KÜRESEL KADIN LİDERLER ARAŞTIRMASI 2018/THE DIGITAL AGE-THE WOMEN'S ERA, TEKNOLOJİ VE DİJİTALLEŞMENİN KADIN İŞ LİDERLERİNİN DÜNYASINDAKİ KARŞILIĞINI İNCELEDİ. ARAŞTIRMA, 42 ÜLKEDE 14 SEKTÖRDEN 699 KÜRESEL KADIN LİDERLE YAPILDI. KATILIMCILARIN YÜZDE 37'Sİ 500 MİLYON DOLARDAN FAZLA YILLIK GELİRE SAHİP ŞİRKETLERİ YÖNETİYOR. YÜZDE 62'Sİ İSE 500 MİLYON DOLARDAN AZ ŞİRKETLERİN YÖNETİCİSİ. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI, İŞ DÜNYASINDA CESUR, KENDİNE GÜVENEN, GERÇEKÇİ KADINLARIN YÜKSELDİĞİNİ GÖSTERİYOR. BUNA GÖRE KADIN LİDERLER, DİJİTALLEŞMEYLE PARADİGMA DEĞİŞİMİ YAŞAYAN İŞ DÜNYASINDAKİ BÜYÜME POTANSİYELİ, BÜYÜME STRATEJİLERİ VE İSTİHDAM KONUSUNDA İYİMSER. ARAŞTIRMAYA KATILAN KÜRESEL KADIN LİDERLERİN YÜZDE 77'Sİ TEKNOLOJİK YIKIMI TEHDİT DEĞİL FIRSAT OLARAK GÖRÜYOR. HAYLİ CESUR DAVRANIYOR VE İŞ MODELLERİNİ DÖNÜŞTÜRMEK İÇİN TEKNOLOJİNİN SUNDUĞU İMKANLARI DEĞERLENDİRMEKTEN KORKMUYORLAR

ARAŞTIRMADAN ÖNE ÇIKAN BAZI BAŞLIKLAR ŞÖYLE:

• Küresel iş liderlerinin amacı; dijitalleşme, jeopolitik, değişen demografik yapının etkileri altında zorluklarla yüzleşmek için stratejiler bulmak. Küresel kadın liderler büyüme konusunda iyimser, gerçekçi ve kendilerine güvenen bir profil çiziyor.

• Dijital dönüşüm, şirketler için sınırsız fırsatlar sunuyor. Öte yandan, örneğin müşteri beklentilerine ilişkin kararların veriliş hızı giderek artıyor. Kadın liderler, şirketlerini bu karmaşık ve heyecan verici zamanlarda yönetme kabiliyeti ve gücüne sahip.

• Araştırma milyon dolarlık şirketleri yöneten kadınların, dijital çağın zorluklarına karşı donanımlı olduğunu ve iyi hazırlandığını gösteriyor. Nitekim kadın yöneticilerin yüzde 77'si teknolojik yıkımı tehditten çok fırsat olarak gördüğünü söylüyor.

'YIKILACAKSA BİZ YIKARIZ'

• Yönetici kadınların yüzde 51'i şirketlerinin rakipleri tarafından yıkılmasını beklemek yerine bizzat sektörlerini yıkacaklarına inanıyor.

• Küresel kadın liderlerin yüzde 77'si şirketlerinin büyüme potansiyelinden emin. Büyüme ve kârlılık konusunda güçlü ve kararlılar.

• Büyüme stratejileri konusunda, kadın liderler organik büyümeye yoğunlaşmış durumda. Yüzde 45'i organik büyümeyi en iyi büyüme stratejisi olarak görüyor.

• Bu sonuçlar istihdam beklentisiyle de paralel. Yüzde 6 veya daha fazla artış bekleyen küresel kadın liderlerin oranı yüzde 33.

• Yapay zekanın istihdama etkisi konusunda daha temkinli olan küresel kadın liderlerin yüzde 47'si kaybedilecek işlerden daha fazla sayıda iş yaratılacağını düşünüyor. Buna kıyasla, CEO'ların yüzde 62'si aynı fikirdeler.

VERİ KULLANMAYI SEVİYORLAR

• Dijitalleşme, teknoloji ve veri analizini kullanmakta başarılılar. Yüzde 93'ü önümüzdeki 3 yıl içinde yenilik süreçlerini ve uygulamayı geliştirme ihtiyacı olduğunu görüyor.

• Yüzde 77'si veri modelleri/analitiği kullanımını artıracağını söylüyor.

• Yüzde 58'i sezgileri yerine veri analizi sonuçlarına göre stratejik kararlar alıyor.

• Yüzde 48'i yapay zeka, blockchain, karma gerçeklik ve üç boyutlu baskı gibi yeni teknolojiler konusunda rahat hissediyor.

• Kadın liderlerin yüzde 21'i şirketlerinin yönetim kurulunun dijital dönüşüm projeleri ile ilgili yatırımların geri dönüşü konusunda makul olmayan bir beklentiye sahip olduğunu söylüyor.

• Yüzde 73'ü şirketlerindeki toplam gelir artışının yüzde 2'nin üstünde olmasını bekliyor, yalnızca yüzde 17'si yüzde 2'den az artış umuyor.

GERÇEKÇİ, ÇEVİK VE EŞİTLİKÇİ

• Kadın liderler çevik ve güçlerinin bilincinde.

• Cinsiyet eşitliğini desteklemek için kültürel değişim ihtiyacı olduğunu düşünüyorlar.

• Gerçekçiler; yalnızca yüzde 28'i bir sonraki kariyer adımını mevcut şirketleri içinde görüyor.

• Güçlü kişisel ağlar ve iyi iletişim becerilerinin, kişisel başarı konusunda en önemli iki faktör olduğuna inanıyorlar.

Kaynak: KPMG

ABD ÇALIŞMA BAKANLIĞI İSTATİSTİKLERİNE GÖRE ABD'DE İŞ GÜCÜNÜN YÜZDE 57'Sİ KADIN

DÜNYADA ÜST DÜZEY KADIN ÇALIŞAN ORANLARI

Kaynak: Korn Ferry

TÜRKİYE'DE HER 5 ÜST YÖNETİCİDEN BİRİ KADIN

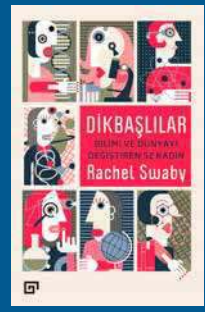
Toplumsal kalkınmada kadının rolü temel belirleyiciler arasında yer alıyor. Tarihsel olarak bakıldığında nüfusun yüzde 50'sini oluşturan kadının iş ve toplumsal hayata etkin katılmadığı toplumlarda kalkınmanın mümkün olmayacağı net olarak görülüyor. Bu noktada kadının iş gücüne etkin katılımının sağlanması bugünün dünyasının en temel sorunlarından biri olarak ortaya çıkıyor. Bu anlamda başta sivil toplum örgütleri olmak üzere iş dünyası ve hükümetler kadının istihdama etkin katılımına ve şirket yönetimlerinde daha aktif rol oynamalarına ortam sağlayacak adımlar atıyor. Özellikle yönetimde kadının ne kadar etkin rol aldığını ortaya koymak üzere insan kaynakları ve organizasyonel danışmanlık alanında dünyanın önde gelen global şirketlerinden biri olan Korn Ferry tarafından 33 ülkeyi kapsayan 'Cinsiyetler Arası Ücret Farkı' araştırması çok çarpıcı sonuçlar ortaya koydu. Araştırmaya göre, Türkiye'de özel sektör şirketlerindeki üst düzey yöneticilerin yüzde 82,1'i erkek iken, yüzde 17,9'u kadın. Başka bir ifadeyle Türkiye'de her 5 üst yöneticiden yaklaşık 1'i kadın.

TÜRKİYE'DE ÖZEL SEKTÖR ŞİRKETLERİNDEKİ ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİN %82,1'İ ERKEK, %17,9'U KADIN...

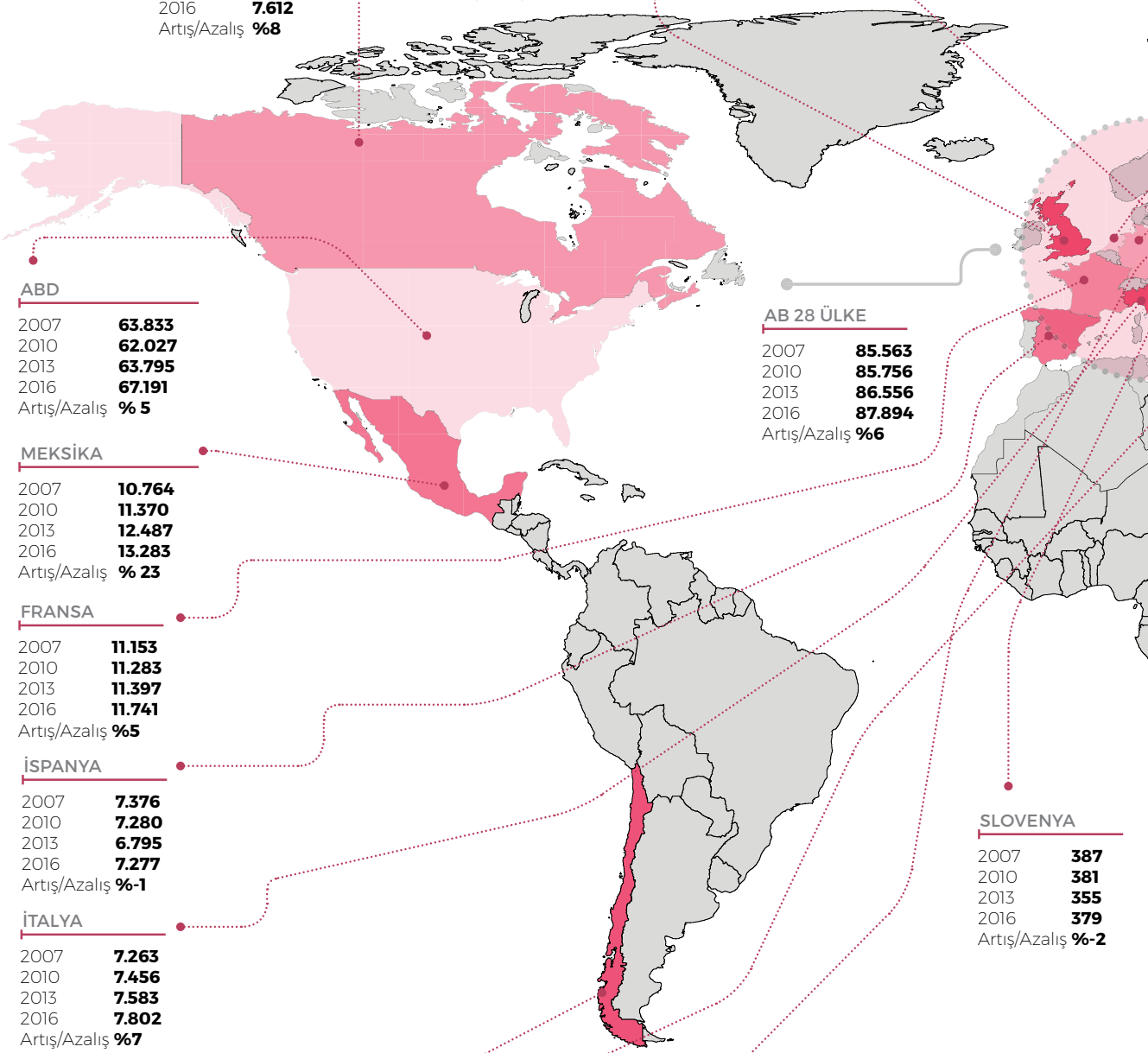
VİETNAM, KADIN YÖNETİCİ ORANIYLA LİDER DURUMDA

33 ülkenin yer aldığı ve üst düzey erkek-kadın yöneticilerin de dahil edildiği araştırmada, Türkiye 33 ülke içinde üst düzey yöneticilerde kadınların aldığı pay itibariyle 16'ncı sırada yer alıyor. Almanya, İtalya, İspanya, Hollanda gibi birçok Avrupa ülkesine göre Türkiye'de özel sektör şirketlerinde kadın yönetici oranının daha yüksek olduğu dikkati çekiyor. 33 ülkeyi kapsayan Korn Ferry araştırmasında, yüzde 31,2'lik üst düzey kadın çalışan oranı ile ilk sırada Vietnam yer aldı. İsveç, Norveç, Finlandiya gibi İskandinavya ülkelerinin yanı sıra Rusya, Birleşik Krallık ve Brezilya gibi ülkelerde kadın yönetici istihdamının diğerlerine kıyasla yüksek olduğu görülüyor. Bununla birlikte Almanya, İtalya, İspanya ve İsviçre daha düşük sayıda üst düzey kadın çalışana sahip. Kadınların temel birçok haktan yoksun olduğu Suudi Arabistan ise yüzde 0,7 gibi çok düşük bir oranla araştırmanın son sırasında yer aldı.

DİKBAŞLILAR: BİLİMİ VE DÜNYAYI DEĞİŞTİREN 52 KADIN



Kadınların dünyada elde ettiği başarılar, kitaplara da konu oldu hiç şüphesiz. Koç Üniversitesi Yayınları (KÜY), Dikbaşlılar: Bilimi ve Dünyayı Değiştiren 52 Kadın kitabını yayınladı. Bilim ve Yaşam Öyküsü kategorilerinde yayımlanan kitap, Longshot Magazine editörü Rachel Swaby tarafından kaleme alındı. Türkçeye Akın Emre Pilgir tarafından kazandırılan kitap Virginia Apgar'dan Barbara McClintock'a, Chien-Shiung Wu'dan Sophie Kowalevski'ye, Hedy Lamarr'a 52 kadının öyküsüne yer veriyor. Rachel Swaby'nin eğlenceli kaleminden süzülen 52 yaşam öyküsü, bilimi ve dünyayı değiştiren 52 bilim insanının uğradıkları haksızlıklara ve ayrımcılığa karşı bilime tutunduklarını aktarıyor. Swaby'nin 'Dikbaşlılar'ı bir yandan DNA'nın yapısını çözüyor, doğanın kanunlarını baştan yazıyor ya da yepyeni bir bilim dalı kuruyor. Diğer yandan alay ediliyor, görmezden geliniyor ve hakarete uğruyor. Farklı dönemlerden ve bambaşka coğrafyalardan gelen 52 kadının başkalarının kanaatlerine değil, bilime inanmaktan asla vazgeçmediği aktarılıyor.



KANADA

2007	**7.023**
2010	**7.176**
2013	**7.449**
2016	**7.612**
Artış/Azalış	**%8**

BİRLEŞİK KRALLIK

2007	**12.338**
2010	**12.337**
2013	**12.579**
2016	**13.153**
Artış/Azalış	**%7**

ROMANYA

2007	**2.821**
2010	**2.515**
2013	**2.529**
2016	**2.732**
Artış/Azalış	**%-3**

ESTONYA

2007	**305**
2010	**275**
2013	**289**
2016	**294**
Artış/Azalış	**%-4**

ABD

2007	**63.833**
2010	**62.027**
2013	**63.795**
2016	**67.191**
Artış/Azalış	**% 5**

AB 28 ÜLKE

2007	**85.563**
2010	**85.756**
2013	**86.556**
2016	**87.894**
Artış/Azalış	**%6**

MEKSİKA

2007	**10.764**
2010	**11.370**
2013	**12.487**
2016	**13.283**
Artış/Azalış	**% 23**

FRANSA

2007	**11.153**
2010	**11.283**
2013	**11.397**
2016	**11.741**
Artış/Azalış	**%5**

İSPANYA

2007	**7.376**
2010	**7.280**
2013	**6.795**
2016	**7.277**
Artış/Azalış	**%-1**

İTALYA

2007	**7.263**
2010	**7.456**
2013	**7.583**
2016	**7.802**
Artış/Azalış	**%7**

SLOVENYA

2007	**387**
2010	**381**
2013	**355**
2016	**379**
Artış/Azalış	**%-2**

ŞİLİ

2007	**1.769**
2010	**2.050**
2013	**2.310**
2016	**2.404**
Artış/Azalış	**% 36**

UKRAYNA

2007	**8.061**
2010	**8.017**
2013	**7.912**
2016	**6.775**
Artış/Azalış	**%-16**

LETONYA

2007	**471**
2010	**406**
2013	**411**
2016	**410**
Artış/Azalış	**%13**

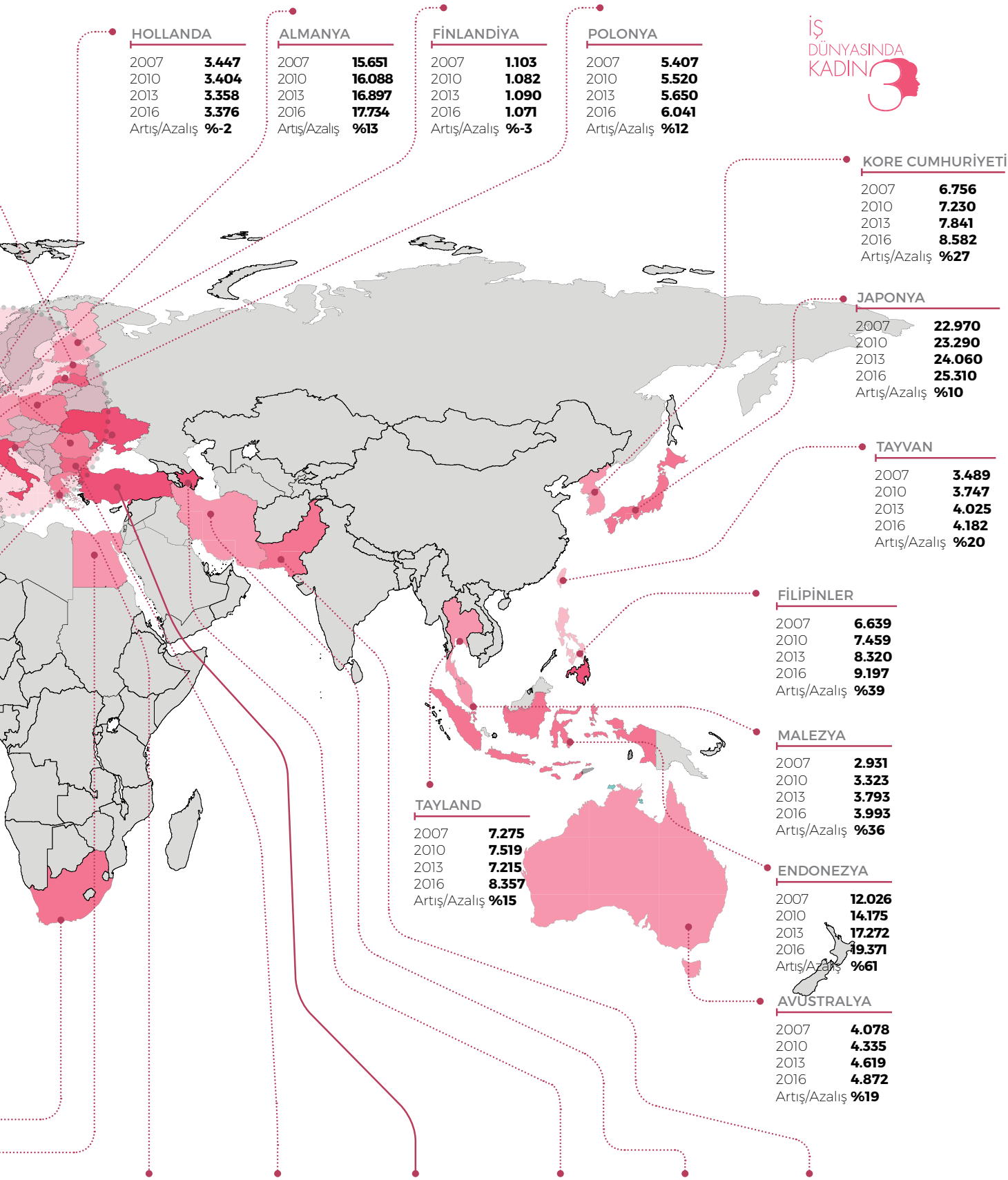
GÜNEY AFRİKA

2007	**4.786**
2010	**5.132**
2013	**5.748**
2016	**6.089**
Artış/Azalış	**%27**

MISIR

2007	**2.218**
2010	**2.433**
2013	**2.536**
2016	**3.521**
Artış/Azalış	**%59**

ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE DÜZENLİ ÜCRETLİ İŞLERDE KADIN İSTİHDAMI SAYISI (BİN) 2007-2016
KAYNAK: ILOSTAT, EUROSTAT'DAN HESAPLANMIŞTIR.



HOLLANDA

2007	**3.447**
2010	**3.404**
2013	**3.358**
2016	**3.376**
Artış/Azalış	**%-2**

ALMANYA

2007	**15.651**
2010	**16.088**
2013	**16.897**
2016	**17.734**
Artış/Azalış	**%13**

FİNLANDİYA

2007	**1.103**
2010	**1.082**
2013	**1.090**
2016	**1.071**
Artış/Azalış	**%-3**

POLONYA

2007	**5.407**
2010	**5.520**
2013	**5.650**
2016	**6.041**
Artış/Azalış	**%12**

KORE CUMHURİYETİ

2007	**6.756**
2010	**7.230**
2013	**7.841**
2016	**8.582**
Artış/Azalış	**%27**

JAPONYA

2007	**22.970**
2010	**23.290**
2013	**24.060**
2016	**25.310**
Artış/Azalış	**%10**

TAYVAN

2007	**3.489**
2010	**3.747**
2013	**4.025**
2016	**4.182**
Artış/Azalış	**%20**

FİLİPİNLER

2007	**6.639**
2010	**7.459**
2013	**8.320**
2016	**9.197**
Artış/Azalış	**%39**

MALEZYA

2007	**2.931**
2010	**3.323**
2013	**3.793**
2016	**3.993**
Artış/Azalış	**%36**

TAYLAND

2007	**7.275**
2010	**7.519**
2013	**7.215**
2016	**8.357**
Artış/Azalış	**%15**

ENDONEZYA

2007	**12.026**
2010	**14.175**
2013	**17.272**
2016	**19.371**
Artış/Azalış	**%61**

AVUSTRALYA

2007	**4.078**
2010	**4.335**
2013	**4.619**
2016	**4.872**
Artış/Azalış	**%19**

YUNANİSTAN

2007	**1.239**
2010	**1.239**
2013	**986**
2016	**1.089**
Artış/Azalış	**-12**

BULGARİSTAN

2007	**1.378**
2010	**1.291**
2013	**1.262**
2016	**1.283**
Artış/Azalış	**-7**

TÜRKİYE

2007	**2.810**
2010	**3.259**
2013	**4.324**
2016	**5.278**
Artış/Azalış	**%88**

AZERBAYCAN

2007	**652**
2010	**596**
2013	**637**
2016	**626**
Artış/Azalış	**%-4**

İRAN

2007	**1.631**
2010	**1.738**
2013	
2016	**2.132**
Artış/Azalış	**%31**

PAKİSTAN

2007	**2.177**
2010	**2.180**
2013	**2.920**
2016	**3.412**
Artış/Azalış	**%57**

KADIN ELİNİN DEĞDİĞİ ŞİRKETLER

Kadınlar artık iş hayatında çok daha aktif role sahipler. Onları ekonomiye kazandırmak için yürütülen çalışmalar, devletin verdiği destek ve düzenlenen eğitim programları, kadın çalışan sayısının çıtasını her geçen gün yükseltiyor. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün verilerine göre Türkiye, 79 ülke içinde kadınların iş gücüne katılım oranının en fazla arttığı 7'nci ülke konumunda. Geçtiğimiz yıl yayınlanan Deloitte raporuna göre kadınlar, dünya genelindeki yönetim kurulu koltuklarının yüzde 15'ini oluşturuyor. Bu durum, 2015'e oranla yüzde 3'lük bir artış anlamına geliyor. Bu konuda yavaş da olsa bir ilerleme olduğu görülüyor. 64 ülkenin yer aldığı araştırmada sosyal ileri görüşlülükleri ile bilinen İskandinav ülkeleri ilk sıralarda gözlemleniyor. Yönetim kurullarında cinsiyet eşitliğinde Norveç yüzde 42'lik oranla dünya lideri iken İsveç yüzde 32 oranı ile komşusunu izliyor. Birleşik Krallık'ta ise yönetim kurulu rollerinin yüzde 20'sini kadınlar oluşturuyor. Ancak bu oranlar diğer ülkelere göre yüksek olsa da henüz yüzde 50'ye ulaşan bir ülke bulunmuyor. Dikkat çeken diğer önemli bir nokta da kadın CEO'ya sahip şirketlerde yönetim kurulu rollerinin yüzde 29'unu kadınların oluşturması. Bu sonuç en üst kademeden başlayan çeşitlilik uygulamalarının, yönetimin her katına daha hızlı nüfuz edebileceğinin işareti olarak gözlemleniyor.

ENERJİ SEKTÖRÜNDE KADININ YERİ

Yine Deloitte'un yapmış olduğu bir araştırmaya göre, enerji sektöründe çalışmaktan memnun olan kadınların sayısı çok fazla. Her ne kadar erkek egemen bir sektör gibi gözükse de, araştırmadan çıkan sonuçlar oldukça umut verici. Türkiye'de enerji sektöründe kadınların yüzde 67'si üst seviye yönetici olmayı hedefliyor. Yüzde 14'lük bir kısmı orta seviye yöneticiliği hedeflerken, yüzde 19'u da girişimcilik hedefine sahip. Kadınların yüzde 59'u, Türkiye'de enerji sektöründe ana kariyer hedeflerine ulaşmak için önünde bir yol görüyor. Deloitte araştırması Türkiye'de kadın iş gücünün enerji sektörüne çekilmesi, sektörde uzun soluklu çalışmalarının sağlanması, gelişim ve eğitimlerine katkıda bulunulması için daha atılacak pek çok adımın olduğunu gösteriyor. Kadınların yüzde 61'i çalıştıkları şirketlerin, bünyelerindeki kadın istihdamını artırmak için özel programlar uygulamadığını belirtiyor. Kadınlar kendi şirketlerine tam not vermese de katılımcıların yüzde 46'sı genel anlamda sektörde olumlu değişimler olduğunu düşünüyor ve böyle düşünenlerin yüzde 35'i de enerji sektöründe kadın istihdamının giderek arttığı algısına sahip. Bu noktada kadınların sektörde daha çok istihdam edilebilmesi için, çalışan kadınların birtakım önerileri var. Kadınların yüzde 62'si çalışanlar için rol model olabilecek kadın liderlerin daha çok görünür olmasının elzem olduğuna inanıyor ve liderlik konusunda halihazırdaki durumun değişmesi gerektiğine dikkat çekiyor. Kadınların yüzde 81'i enerji sektöründe liderlik seviyesinde yeterince temsil edilmediklerini düşünüyor. Buna ek olarak, sektörde kadın istihdamının ve gelişiminin artırılması için kadınların yüzde 32'si kişiye özel eğitim ve gelişim programlarının olması ve yüzde 31'i tanımlanmış kariyer adımlarının bulunması gerektiğini düşünüyor.

GEÇTİĞİMİZ YIL YAYINLANAN DELOITTE RAPORUNA GÖRE KADINLAR, DÜNYA GENELİNDEKİ YÖNETİM KURULU KOLTUKLARININ YÜZDE 15'İNİ OLUŞTURUYOR. BU DURUM, 2015'E ORANLA YÜZDE 3'LÜK BİR ARTIŞ ANLAMINA GELİYOR. DİKKAT ÇEKEN DİĞER ÖNEMLİ BİR NOKTA İSE KADIN CEO'YA SAHİP ŞİRKETLERDE YÖNETİM KURULU ROLLERİNİN YÜZDE 29'UNU KADINLARIN OLUŞTURMASI...

YÜZDE 50 VE ÜZERİ KADIN ÇALIŞANA SAHİP ŞİRKETLER...

BİR ŞİRKETTE YÜZDE 50 VE ÜZERİNDE KADIN ÇALIŞANA SAHİP OLMAK ÖNEMLİ BİR ORAN. PEKİ, AĞIRLIKLA KADINLARIN OLDUĞU ŞİRKETLERDE KADINLAR NASIL BİR ROL OYNUYOR? KADIN İSTİHDAMININ YÜKSEK OLMASI ŞİRKETLERE NE KAZANDIRIYOR?

KOTON	% 63
YAPI KREDİ	% 62
BAHÇEŞEHİR KOLEJİ	% 74
LC WAIKIKI	% 58
RE/MAX TÜRKİYE	% 51
TSKB	% 55
MERCER TÜRKİYE	% 63
HP TÜRKİYE	% 60
MORHİPO.COM	% 55
ARVATO	% 52
GÜRMEN GROUP	% 52
AON TÜRKİYE	% 66
GARANTİ BANKASI	% 56
MLP CARE	% 62
VAKIFBANK	% 51,5
DEFACTO	% 54
TEB	% 54
COMDATA GROUP TÜRKİYE	% 65
ING BANK	% 55
HSBC	% 63
ALLIANZ TÜRKİYE	% 62
AVIVASA	% 66
VAKIF EMEKLİLİK	% 60,37
BURGAN BANK	% 55
DARDANEL ŞİRKETLER GRUBU	% 70
GARANTİ EMEKLİLİK	% 71
AXA SİGORTA	% 52
TURKCELL GLOBAL BİLGİ	% 61
GRATIS	% 90
ACIBADEM SAĞLIK GRUBU	% 61
DENİZBANK	% 51

KADINLARIN EĞİTİM SEVİYESİ YÜKSELDİKÇE İŞ GÜCÜNE KATILIMI ARTIYOR

Türkiye'de 2017 yılında elde edilen son verilere göre, 40 milyon 535 bin 135 erkek, 40 milyon 275 bin 390 da kadın yaşıyor. Diğer bir ifadeyle nüfusun yüzde 50,2'sini erkekler, yüzde 49,8'ini de kadınlar oluşturuyor diyebiliriz. Türkiye İstatistik Kurumu'nun yaptığı 'İstatistiklerle Kadın, 2017' araştırmasına göre kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe iş gücüne daha fazla katıldıkları görülüyor. Okuryazar olmayan kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 15,2, lise altı eğitimli kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 27,2, lise mezunu kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 33,6, mesleki veya teknik lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 41,4 iken yükseköğretim mezunu kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 71,3 oldu. Yükseköğretim istatistikleri sonuçlarına göre de, 2007 yılında erkek profesörlerin/okutmanların oranı yüzde 59,9 iken kadın profesörlerin/okutmanların oranı yüzde 40,1'di. Bu oran 2016 yılında erkeklerde yüzde 56,9'a düşerken kadınlarda yüzde 43,1'e yükseldi.

DÜNYA BANKASI'NIN GİRİŞİMCİLİK ARAŞTIRMASI'NA GÖRE TÜRKİYE'DE ŞİRKET SAHİBİ KADINLARIN ORANININ YÜZDE 25,4 OLDUĞU TAHMİN EDİLİYOR. KADIN YÖNETİCİLERİN ÇOĞUNLUKTA OLDUĞU ŞİRKETLERİN ORANI İSE YÜZDE 0,3. ŞİRKETLERİN YÜZDE 5,4'ÜNDE EN AZ BİR KADIN ÜST DÜZEY YÖNETİCİ BULUNUYOR. TAM ZAMANLI ÇALIŞANLARIN İSE YÜZDE 21,9'UNU KADINLAR OLUŞTURUYOR

KADIN İSTİHDAMI EN FAZLA HİZMET SEKTÖRÜNDE

Araştırmanın sonuçlarına göre, 2016 yılında cinsiyete ve ekonomik faaliyetlere göre istihdam oranı incelendiğinde, tarım sektöründe toplam istihdam oranı yüzde 19,5. Tarımda erkek istihdam oranı yüzde 15,5, kadın istihdam oranı yüzde 28,7 oldu. Sanayi sektöründe toplam istihdam oranı yüzde 26,8, erkek istihdam oranı yüzde 31,6, kadın istihdam oranı yüzde 15,9. Hizmet sektöründe ise toplam istihdam oranı yüzde 53,7 olup bu oran erkeklerde yüzde 53, kadınlarda yüzde 55,4 oldu. Yarı zamanlı çalışanların istihdam içindeki oranı 2016 yılında toplamda yüzde 10,3 olurken, erkeklerde bu oran yüzde 6,5, kadınlarda ise yüzde 19,1 olarak gerçekleşti. Şirketlerde üst düzey ve orta kademe yönetici pozisyonundaki kadın oranı 2012 yılında yüzde 14,4 iken 2016 yılında yüzde 16,7 oldu.

TÜRKİYE'DE DEV ŞİRKETLERİ KADINLAR YÖNETİYOR

Akbank Yönetim Kurulu Başkanı
Suzan Sabancı Dinçer

Allianz Hayat ve Emeklilik Yönetim Kurulu Başkanı Cansen Başaran-Symes

Arkas Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Diane Arkas

Boyner Grup Yönetim Kurulu Üyesi
Nazlı Ümit Boyner

Demsa Group Kurucu Ortağı ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Demet Sabancı Çetindoğan

Erkunt Traktör Yönetim Kurulu Başkanı
Zeynep Erkunt Armağan

Esas Holding Kurucu Ortağı ve Başkan Yard.
Emine Sabancı Kamışlı

Gedik Holding Yönetim Kurulu Başkanı
Hülya Gedik

General Electric Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Canan Özsoy

Güral Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Harika Güral

İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı
Neşe Gök

İstanbul Modern Yönetim Kurulu Başkanı
Oya Eczacıbaşı

Kale Grubu Yönetim Kurulu Başkanı
Zeynep Bodur Okyay

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi
Caroline Koç

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi
Semahat Arsel

Koton Yönetim Kurulu Üyesi ve Eş Başkanı Gülden Yılmaz

Limak Yatırım Yönetim Kurulu Başkanı Ebru Özdemir

Opet Kurucu Üyesi
Nurten Öztürk

Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı

Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili İdil Yiğitbaşı

Garanti

"KADIN ÇALIŞANLARIMIZ İÇİN ÖNEMLİ SORUMLULUKLAR TAŞIYORUZ"

Garanti Bankası'nın çalışan sayısı 18 bin 573. Toplam rakamın yüzde 56'sını kadınlar oluşturuyor. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Osman Tüzün, kadınların istihdamının yüksek olmasının sağladığı katkıları şöyle anlatıyor: "Çalışanlarının yarısından fazlasını kadınların oluşturduğu bir bankayız. Bu noktada önemli sorumluluklar taşıyoruz. Amacımız, sadece kadın müşterilerimiz için değil, kadın çalışanlarımızın gözünde de tercih edilen banka olmak. Bu doğrultuda çalışmalarımızı 3 ana başlıkta yürütüyoruz; bunlardan ilki insan kaynağında kadın ve işveren marka stratejisinde kadının yeri, ikincisi finansman faaliyetleriyle kadınlara sağlanan fayda, üçüncüsü ise sponsorluk faaliyetleri. Bu üç alandaki faaliyetlerimizi, banka genelinde ilgili tarafların temsilcileriyle oluşturulan Cinsiyet Eşitliği Komitesi'nde bütünleşik olarak takip ediyoruz. Çalışanlarımız, içinde bulunduğumuz toplumda olduğu gibi, farklı cinsiyet, yaş ve eğitim gibi çeşitli özelliklere sahip. Bu çeşitliliğin iş yapış şeklimizde 2 şekilde olumlu sonuçlar yarattığına inanıyoruz. Birincisi, Türkiye çapında yaklaşık 15 milyon müşterimize finansal servisler sunuyoruz. Garantililer, beklentileri, ihtiyaçları ve satın alma imkanları farklı olan çeşitli müşteri segmentleri ile doğru iletişimin kurulmasında bize büyük avantaj ve zenginlik sağlıyor. Çeşitliliğin ikinci önemli katkısı da, kurum olarak temel yapı taşlarımızdan olan yenilikçilik alanında. Garanti olarak teknolojiyle birleştirerek sunduğumuz ürün ve hizmetlerimizle müşterilerimiz için değer yaratmak ana ilkelerimizden biri."

GARANTİ BANKASI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI OSMAN TÜZÜN

"AMACIMIZ, SADECE KADIN MÜŞTERİLERİMİZ İÇİN DEĞİL, KADIN ÇALIŞANLARIMIZIN GÖZÜNDE DE TERCİH EDİLEN BİR BANKA OLMAK"

YapıKredi

"KADINLARIN VARLIĞI BİR UYGARLIK GÖSTERGESİ"

Yapı Kredi'de şu anda 18 bin 500'den fazla kişi çalışıyor. Kadın çalışan istihdamının bir politika olarak benimsenmesinin özel sektör ve kamunun doğal bir sorumluluğu olduğunu düşündüklerini söyleyen Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Gökmen Uçar, bu kapsamda banka olarak kadın çalışan oranında sektördeki liderliklerini, bu yıl da sürdürmeye devam edeceklerinin bilgisini veriyor. 2017 yıl sonu itibariyle Yapı Kredi'nin toplam istihdam içindeki kadın çalışan oranı yüzde 62 oldu. Aynı dönemde kadın yöneticilerin oranı yüzde 42 olarak açıklandı. Kadın çalışan istihdamı konusundaki faaliyetlerinde sadece bankacılık değil, tüm sektörler için bir rol model olmayı hedeflediklerinin önemle altını çizen Mehmet Gökmen Uçar, bu kapsamda yönetim kurullarında kadın üye oranında yüzde 30'a ulaşmayı hedefleyen Yüzde 30 Kurulu'nun kurucu üyeleri arasında yer aldıklarını ifade ediyor. Mehmet Gökmen Uçar, kadın istihdamının yüksek olmasının Yapı Kredi'ye ne kazandırdığıyla ilgili şunları söylüyor: "Kadınların iş yaşamında varlığının bir uygarlık göstergesi olduğuna inanıyoruz. Kadın çalışanlarımız sorunlara getirdikleri yaklaşımla fark yaratıyorlar. Sundukları çözümler ve yenilikçi bakış açılarıyla kadın çalışan oranının yüksek olması, bankamızın en önemli rekabetçi avantajları arasında bulunuyor. Çalışma hayatında cinsiyet eşitliğini tam olarak sağlayabilmek için çok kapsamlı ve birbirini destekleyici adımların atılmasına ihtiyaç var. Yapı Kredi olarak kuruluşumuzdan bu yana bu konuda sorumluluk alıyoruz."

YAPI KREDİ GENEL MÜDÜR YARDIMCISI MEHMET GÖKMEN UÇAR

"KADINLARIN İŞ YAŞAMINDA VARLIĞININ BİR UYGARLIK GÖSTERGESİ OLDUĞUNA İNANIYORUZ. KADIN ÇALIŞANLARIMIZ SORUNLARA GETİRDİKLERİ YAKLAŞIMLA FARK YARATIYORLAR"

ING BANK

"DOĞUM İZNİ SIRASINDA TERFİ ALANLAR VAR"

ING BANK İNSAN KAYNAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI BAHAR ÖZEN

"ING BANK OLARAK YALNIZCA MÜŞTERİLERİMİZİN DEĞİL, ÇALIŞANLARIMIZIN DA HAYATINI KOLAYLAŞTIRACAK ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR VE BU UYGULAMALARIMIZI 'BANKAYIZ VE BAŞKAYIZ' OLARAK TARİF EDİYORUZ. ARAŞTIRMALAR, KADINLARIN, POZİTİF TUTUM, ENERJİ VE GÜÇLÜ ÇALIŞMA ETİĞİNE SAHİP OLMA, SORUMLULUK ALMA VE İŞİN YAPILMASINI SAĞLAMA, KAYNAKLARI DÜZENLEME VE YÖNETME KONULARINDA OLDUKÇA BAŞARILI OLDUĞUNU ORTAYA KOYUYOR..."

Eski köye yeni adet getiren bankacılık anlayışıyla hizmet veren ING Bank'ın 256 şubesinde yaklaşık 4 bin 700 çalışan bulunuyor. Bankanın bünyesindeki kadın çalışan sayısı ise 2 bin 500'ün üzerinde. Tüm çalışanların arasında kadın çalışanların oranı yüzde 55'i oluşturuyor. ING Bank, üst yönetimdeki kadın yönetici oranını da önemli ölçüde artırdı. Bu çerçevede 2011 yılında yüzde 26 olan üst yönetimdeki kadın oranı 2017 yılının sonunda yüzde 35'in üzerine çıktı. Bankanın hedefi ise 5 yıl içinde bu oranı yüzde 50'ye çıkarmak. ING Bank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Bahar Özen, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili şunları söylüyor: "ING Bank olarak yalnızca müşterilerimizin değil, çalışanlarımızın da hayatını kolaylaştıracak çözümler üretiyor ve bu uygulamalarımızı 'bankayız ve başkayız' olarak tarif ediyoruz. Araştırmalar, kadınların, pozitif tutum, enerji ve güçlü çalışma etiğine sahip olma, sorumluluk alma ve işin yapılmasını sağlama, kaynakları düzenleme ve yönetme konularında oldukça başarılı olduğunu ortaya koyuyor. Anne olmaları da bu yetkinliklerinin ya da yükselmelerinin önünde bir engel değil. Bunu bizzat deneyimliyoruz çünkü bizim Bankamızda, annelik izni sırasında terfi alan arkadaşlarımız var. Yine kadın çalışanlarımızın şirketimize kazandırdığı bir artı da kadın çalışanların ihtiyaçlarını düşünerek atılan adımların tüm çalışanlara fayda sağlayan uygulamalar haline gelmiş olması. ING HeForShe destekçisi ve Kadının Güçlendirilmesi Prensipleri (WEPs) imzacısı. İmza attığımız uluslararası girişimlerin gereklerini yerine getirmek üzere verdiğimiz taahhütler ise, İK politikalarımızda bizim için belirleyici. HeForShe kapsamında Bankamız bünyesinde 3 ayda bir toplantılar düzenliyoruz. Türkiye'nin her seferinde farklı bir yerinde düzenlediğimiz bu toplantılarda, unvan bağımsız olarak 25 kadın çalışanımızla bir araya geliyor, onların çalışma hayatına dair taleplerine kulak veriyor ve ihtiyaçları noktasında çözümleri hayata geçirebilmek hedefiyle İK uygulamaları geliştiriyoruz. Bu emeklerin çıktısı olarak hayata geçen uygulamalar ise sadece kadın çalışanlara değil, tüm çalışanlara fayda sağlar nitelikte."

TEB

"FARK YARATANLARI DESTEKLİYORUZ"

TEB İNSAN KAYNAKLARI VE İNOVASYONDAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI NİLSEN ALTINTAŞ

TEB'in çalışan sayısı 10 bin civarında. Toplam çalışanların yüzde 54'ü, orta kademe yöneticilerin yüzde 57'si, müdür ve üstü yönetim kadrosunun yüzde 36'sı kadın çalışanlardan oluşuyor. Ayrıca TEB Yönetim Komitesi'nin yüzde 25'i kadın. TEB Yönetim Kurulu'nda ise 2 kadın yönetici bulunuyor. TEB İnsan Kaynakları ve İnovasyondan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nilsen Altıntaş, bu konu hakkında şöyle konuştu: "Çalışma hayatında fırsat eşitliğine inanıyoruz. Tüm TEB'lilere eşit fırsatlar tanıyoruz ve gerek kariyer, gerekse gelişim olanakları açısından fark yaratanları destekliyoruz. Kadın çalışanlarımız için 'Women in Business' adında özel bir liderlik geliştirme programımız var. Bu program performansı ve potansiyeli yüksek kadın çalışanlarımız için 6 aydan uzun süren bir liderlik yolculuğu. Öncesinde verilen kişisel görevler, yoğun bir seminer programı ve takip koçluğu içeren bu programın hedefleri, üst düzey pozisyonlardaki kadın oranını artırmak için kadınların liderlik becerilerini geliştirmek, kadınların iş hayatındaki yüksek potansiyelini ortaya çıkarmak, güçlü özelliklerinden yararlanmak ve kadınların kurum stratejimizin oluşmasında etkin rol almalarını sağlamak..."

"KADINLARIN TASARRUFU ARTIRICI ETKİSİ VAR"

TSKB'de toplam 339 çalışan bulunuyor. Çalışanların 188'i yani yüzde 55'i kadınlardan oluşuyor. Toplam 112 olan yönetici kadrosunun ise 58 adedi yani yüzde 52'si kadın. TSKB İnsan Kaynakları Müdürü Melis Sökmen Çakıroğlu, kadın istihdamının yüksek olmasının şirketlerine kazandırdıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Kadınların iş hayatına etkin katılımı, toplumu olduğu kadar şirketleri ve ekonomiyi de olumlu dönüştüren bir faktör. Yapılan çalışmalar bize kadın çalışan sayısındaki artışın tasarrufu artırıcı etkisi olduğunu gösteriyor. Bu nedenle, başta iş hayatı olmak üzere toplumun her kademesinde kadının üstlendiği rolün artması büyük önem taşıyor. Biz de bu bakış açısıyla kadınların ekonomik ve sosyal yaşamda daha fazla yer almasını önemsiyor, bu yönde çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Bankacılık kadrolarımızın yüzde 55'inin kadın olması, çeşitliliğe ve fırsat eşitliğine dayanan insan kaynakları politikamızın en somut göstergelerinden birini oluşturuyor. Finans sektörünün ekonomideki dönüştürücü gücüne inanıyor, bankamızdaki ve sektördeki kadın istihdamı oranlarının diğer sektörler için de örnek teşkil etmesini umuyoruz. Bankamızda, iş dünyasının güncel ihtiyaçlarını dikkate alarak yenilikçi, verimli ve karşılıklı güvene dayanan bir çalışma modelini uygulamaya koyuyoruz. KAGİDER tarafından işe alım, eğitim, kariyer planlama, iletişim gibi alanlarda cinsiyet eşitliğini gözeten şirketlere verilen Fırsat Eşitliği Modeli (FEM) Sertifikası'nı almaya hak kazanarak kadının iş hayatına katılması ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki duyarlılığımızı ve kararlılığımızı gösteriyoruz."

TSKB İNSAN KAYNAKLARI MÜDÜRÜ
MELİS SÖKMEN ÇAKIROĞLU

"KADINLARIN İŞ HAYATINA ETKİN KATILIMI, TOPLUMU OLDUĞU KADAR ŞİRKETLERİ VE EKONOMİYİ DE OLUMLU DÖNÜŞTÜREN BİR FAKTÖR. YAPILAN ÇALIŞMALAR BİZE KADIN ÇALIŞAN SAYISINDAKİ ARTIŞIN TASARRUFU ARTIRICI ETKİSİ OLDUĞUNU GÖSTERİYOR..."

"DÜŞÜN, GERÇEKLEŞİR"

HSBC Türkiye'de 2017 yılında tüm istihdam içerisinde yüzde 63 ile güçlü bir konuma sahip olan kadın çalışanlar, 2018 yılı içerisinde de banka genelinde her iş kolunda ve seviyede benzer oranlarda temsil ediliyor. Bankanın stratejisi doğrultusunda yeniden yapılandırma ve teknolojik altyapı yatırımlarıyla kârlı ve sürdürülebilir bir organizasyona dönüşümün gerçekleştirildiği dönemler de dahil, kadın çalışanların oranı son 4 yılda yüzde 60'tan yüzde 63'e ulaştı. HSBC Türkiye olarak sadece müşteri deneyimini değil, çalışan deneyimini de iyileştirmek için yatırım yaptıklarını ve farklı projeleri hayata geçirdiklerini söyleyen HSBC Türkiye İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Funda Temoçin Aydoğan, konuyla ilgili şu açıklamalarda bulunuyor: "HSBC Türkiye'yi bugün daha başarılı kılacak ve geleceğe taşıyacak bir kurum kültürünü inşa etmek için çalışıyoruz. Bu kurum kültürünü inşa ederken, HSBC'nin hedefleri kadar hem mevcut hem de potansiyel çalışanların beklentilerini de göz önünde bulundurarak bir marka vaadi yarattık. Bu vaadimizi, 'Düşün, Gerçekleşir' çalışan değer önermemiz çerçevesinde hayata geçirmeye başladık. 'Düşün, Gerçekleşir' çatısı altında planlarımızın ilk aşaması, tüm HSBC'lileri kapsayan bir gelişim yönetimi programı. Gelişim konusuna bir eğitim programı olarak değil, uzun süreli bir kariyer yolculuğu olarak bakıyoruz. Sürekliliği olan, kişiye uygun, odaklı gelişim programları ile çalışanlarımızın HSBC'de kariyer yolculuğunu sürdürmesine ve gerçek potansiyeli ile buluşmasına rehberlik etmeyi amaçlıyoruz."

HSBC TÜRKİYE İNSAN KAYNAKLARI GENEL
MÜDÜR YARDIMCISI
FUNDA TEMOÇİN AYDOĞAN

"'DÜŞÜN, GERÇEKLEŞİR' ÇATISI ALTINDA PLANLARIMIZIN İLK AŞAMASI, TÜM HSBC'LİLERİ KAPSAYAN BİR GELİŞİM YÖNETİMİ PROGRAMI. GELİŞİM KONUSUNA BİR EĞİTİM PROGRAMI OLARAK DEĞİL, UZUN SÜRELİ BİR KARİYER YOLCULUĞU OLARAK BAKIYORUZ..."

DenizBank

"KADINLAR TOPLUMDAKİ EN ÖNEMLİ ÜRETİCİLERİMİZ"

DenizBank'ta çalışan 14 bin kişinin 7 bin 119'unu yani yüzde 51'ini kadınlar oluşturuyor. DenizBank İnsan Kaynakları ve Deniz Akademi Grubu Genel Müdür Yardımcısı Yavuz Elkin, kadın istihdamının yüksek olmasının sağladığı faydalarla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Kadın çalışanlara, istihdam sağlanmasının aslında ülkemizin refah seviyesinin yükselmesi ve eşitlik ilkesi için önemli bir nokta olduğuna inanıyoruz. Kadınlarımız, toplumumuzdaki en güçlü ve önemli üreticilerimizdendir. Olay ve durumlara yaklaşımları, asla pes etmemeleri, çevrelerine verdikleri sevgi ve pozitif enerji ile hem kendilerini hem de yer aldıkları şirketleri yukarıya taşıyorlar.

Bankamızda birbirinden öğrenen, ortak akla inanan, yaptığı işe anlam katmak isteyen bir kültürümüz var. DenizBank'ın kurulduğu günden, bugünlere gelmesinde ve kurum kültürümüzün sürdürülmesinde Kadın Denizcilerimizin çok önemli katkıları bulunuyor. Kadın çalışanlarımızın başarıları sayısal verilerimize de yansıyor. Kadın ve erkek çalışanlarımıza sunduğumuz kariyer olanaklarında fırsat eşitliği ilkesine dayalı bir yaklaşımımız var. Kurumumuza katılan her çalışanımıza eşit fırsatlar sunarak, bugünün ve geleceğin yöneticilerini bünyesinde yetiştirmeye ve kariyer fırsatlarında kurum içi insan kaynağına öncelik veriyoruz. Öncelikle kendisi ve ailesi, sonrasında şirketi ve ülkesi için özveri ile çalışan ve başarılı olan her çalışanımıza iş fırsatlarımızın ve kariyer olanaklarımızın kapısı sonuna kadar açık..."

DENİZBANK İNSAN KAYNAKLARI VE DENİZ AKADEMİ GRUBU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI YAVUZ ELKİN

BURGAN BANK

"DEMOKRATİK YÖNETİMDEN YANAYIZ"

Burgan Bank, toplamda 1003 kişiyi istihdam ediyor ve bu rakamın 547'si kadın çalışanlardan oluşuyor. Kadın çalışanların yüzdesi toplam çalışanların yüzde 55'ini oluşturuyor. Burgan Bank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Levent Ergin, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Bankamız kadın ya da erkek ayırt etmeksizin herkese eşit çalışma hakkı sağlıyor. Bu konuda demokratik bir yönetimden yanayız. Bu bakış açımız, Banka içinde de olumlu ve uyumlu, cinsiyet ayırımı yapmaksızın her fikrin dinlendiği ve fikirlerin uygulanabilir olması halinde hayata geçtiği ahenkli bir çalışma kültürü yaratıyor. Cinsiyet ayırımı yapılmaması Burgan Bank'ın doğal yaklaşımı olduğu için, insan kaynakları politikalarımız da bu doğrultuda ayırım yapmaksızın hazırlanıyor ve hayata geçiriliyor."

BURGAN BANK İNSAN KAYNAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI LEVENT ERGİN

VakıfBank

"KADININ GÜCÜNE İNANIYORUZ"

VAKIFBANK GENEL MÜDÜR YARDIMCISI H. UĞUR BİLGİN

VakıfBank'ta toplam 16 bin 297 kişi çalışıyor. 8 bin 401 kadın çalışan sayısı toplam çalışanların yüzde 51,5'ini oluşturuyor. VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı H. Uğur Bilgin, kadın istihdamının yüksek olmasıyla ilgili elde edilen avantajlar hakkında şu açıklamaları yapıyor: "Bankamızın çalışanlarına cinsiyet eşitliği temelinde sunduğu eşit hak ve fırsatlar sayesinde bünyemizde görev yapmakta olan kadın çalışanlarımız kariyer yolunda eşit yükselme imkanlarına sahip. İş barışının ve eşit koşulların hakim olduğu kurumsal yapımız, kadın çalışanlarımızın iş gücü verimliliğini ve Bankamıza olan bağlılıklarını artırarak iş süreçlerimize büyük oranda katma değer sağlamalarına imkan veriyor. Sektördeki dinamik yapımız ve gücümüzü de bankamıza bağlılığı yüksek olan ve stratejik hedeflerimiz için emek veren değerli çalışanlarımıza borçluyuz. VakıfBank olarak toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesini benimsiyor ve bu anlayışı tüm karar alma süreçlerimizin odağında tutuyoruz. Kadının gücüne, etkinliğine ve iş hayatına katacağı değere inanıyor, İK uygulamalarımızda sağladığımız eşitlik ile kadınlara gerekli önceliklendirmeyi sağlıyoruz. Kadının iş gücüne katılımını destekliyor ve her kademede kadın çalışan sayımızı artırmaya yönelik çalışmalar yürütüyoruz."

AON
Empower Results®

"KADIN ÇALIŞANLAR, TÜM ÇALIŞANLAR İÇERİSİNDE AĞIRLIKTA"

AON TÜRKİYE İNSAN KAYNAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI BÜLENT BERKTAŞ

Aon Türkiye'de 220 kişi çalışıyor. Çalışanların yüzde 66'sı ise kadınlardan oluşuyor. Geçmişten bugüne, kadın çalışanların tüm çalışanlar içerisinde ağırlıkta olduğu bir şirket olduklarını söyleyen Aon Türkiye İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Bülent Berktaş, kadın istihdamının şirketlerine sağladığı faydalar ile ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Kadın istihdamının her kademede yüksek olması, profesyonel hizmetler sunan şirketimizin geliştirdiği hizmet ve ürünlerin toplumun tüm kesimlerine hitap etmesine olanak sağlıyor. Aon Türkiye olarak sahip olduğumuz bu oranlar Aon global bünyesinde faaliyet gösterdiğimiz EMEA ülkeleri için de örnek teşkil ediyor. Bu nedenle kadınlara yönelik uygulamalarımız global organizasyonumuz tarafından da takip ve takdir ediliyor. Yetenek yönetimi uygulamalarımızda terfi, ücret, özel görevlendirmeler ve benzeri kararlar alırken, karar alıcı pozisyonlarda kadınların ve erkeklerin etkin temsili sayesinde çalışanlarımızın sadece kadın veya erkek olmaları nedeniyle negatif bir ayrımcılığa maruz kalmalarının önüne geçmiş oluyoruz."

Allianz

"KADINLARIN YARATTIĞI FARKIN DEĞERİNİ BİLİYORUZ"

Allianz Türkiye'nin 2 bin 500 çalışanı mevcut. Şirketin kadın istihdamı anlamında eksiği yok, fazlası var. İş gücünün yüzde 62'sini kadınlar oluşturuyor. Müdür ve üstü pozisyonlardaki liderlerin de yüzde 40'ı kadın. İcra kurulunda da yine yüzde 40 oranında kadın liderler görev alıyor. Bu açıdan 70'ten fazla ülkede faaliyet gösteren Allianz Grubu, kadın çalışan konusunda en iyi orana sahip ülkelerin başında geliyor. Allianz Türkiye İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı İlkay Özel, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "İşe alım kriterlerimizde kadın-erkek ayrımı olmadan ilerliyoruz. Bizim için önemli olan, istihdam edeceğimiz adayın pozisyon için aranan kriterlere ve yetkinliklerinin kurum değerlerimize uygun olması... Ek olarak belirtmem gerekir ki; Allianz Türkiye olarak kadının iş yaşamında yarattığı farkın değerini biliyoruz. Büyük oranda kadınlardan oluşan, üst yönetim kadrolarında dahi kadınların ön planda olduğu iş gücümüzün Allianz'ın yenilikçi ve vizyoner kurum kültürünü oluşturmamızda büyük etkisi olduğunu düşünüyorum."

ALLIANZ TÜRKİYE İNSAN KAYNAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI İLKAY ÖZEL

AVIVA SA

"KADINLARIN EŞİT KOŞULLARDA ÇALIŞMASINI HEDEFLİYORUZ"

AvivaSA'da toplam 1438 kişi çalışıyor. Bu rakamın 950'sini yani yüzde 66'sını kadınlar oluşturuyor. AvivaSA İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Burak Yüzgül, kadın istihdamının yüksek olmasının yarattığı faydalar ile ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Kadın istihdamının artışı, ekonomiye ve toplumun yaşam kalitesine net katkıda bulunuyor. Ayrıca iş yaşamının, kadınlara özgü bakış açısına, davranış biçimlerine ve çözüm yaklaşımlarına ihtiyacı olduğu her geçen gün daha fazla dile getiriliyor. Ülkemizin düşük istihdam ve tasarruf oranları bir sorun ama kadın istihdam oranımızın, Avrupa ülkelerinin oldukça gerisinde olması daha acil çözümlenmesi gereken bir sorun. Kadın istihdamını artırma işini, sadece toplumun sosyal dönüşüm sürecine bırakmamız gerekir. Gerçek değişim, bekleyerek değil her platformda altını çizerek, öncü olarak, alan açarak sağlanabilir. Kadınların iş yaşamına daha fazla katılmalarını, erkeklerle eşit koşullarda çalışabilmelerini ve ücretlendirilmelerini hedefliyoruz."

AVIVASA İNSAN KAYNAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI BURAK YÜZGÜL

AXA SİGORTA
sigortacılık / yeniden tanımlanıyor

"KADIN GİRİŞİMCİ SİGORTASI'NI HAYATA GEÇİRDİK"

AXA Sigorta'da çalışan sayısı 714. Bu rakamın 369'unu kadın çalışanlar oluşturuyor ve bu da yüzde 52'lik bir orana denk geliyor. AXA Sigorta İnsan Kaynakları ve İç İletişim Bölüm Başkanı ve İcra Kurulu Üyesi Esra Güller, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete sağladığı faydalarla ilgili şunları dile getiriyor: "Kadınların çalışma hayatında yer almalarının, bir ülkenin gelişmişlik seviyesi ile de doğrudan ilgili olduğunu biliyoruz. Kadınların çalışan olarak iş gücünde yer almaları, toplum içerisindeki sosyal dönüşüm için de son derece önemli. Çalışan kadınların yaşamlarında destek duyabilecekleri farklı konularla ilgili dünya çapında bir çalışma yürüterek, farklı ülkelerde girişimci kadınların ihtiyaçları üzerine bir inisiyatif başlattık. Bu inisiyatif sonucunda ortaya çıkan 'Kadın Girişimci Sigortası' ürünü ile kendi işini kurmuş ve ayakları

AXA SİGORTA İNSAN KAYNAKLARI VE İÇ İLETİŞİM BÖLÜM BAŞKANI VE İCRA KURULU ÜYESİ ESRA GÜLLER

üzerinde durmaya çalışan kadınlara, iş ile ilgili ihtiyaçlarının yanı sıra özel hayatlarında karşılaşabilecekleri problemlerde de destek olmayı hedefliyoruz. İşyeri sigortası teminatlarının yanı sıra kişiye ve aileye özel asistans hizmetlerinin de yer aldığı bu paket ürün ile kendi işini yapan girişimci kadınların hayatını kolaylaştırmaya çalışıyoruz."

Garanti Emeklilik

"KADINLARIN HER ZAMAN YANLARINDAYIZ"

Garanti Emeklilik'te 766 kişi çalışıyor. Bu rakamın yüzde 71'ini kadınlar oluşturuyor. Garanti Emeklilik Genel Müdür Yardımcısı Çağlayan Bakaçhan, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili şunları söylüyor: "Kadın istihdamının yüksek olması farklı bir bakış açısı ve daha güçlü bir çalışma ortamı sağlarken; iyi iletişim kurma yetkinlikleri ile mükemmeliyetçi yaklaşımları ve hesaplanabilir riskler almak gibi özellikleriyle iş hayatına katkıda bulunuyor. Tüm çalışanlarımızın işlerinin niteliğine uygun rahat çalışma ortamı sağlamak ve kadını iş hayatında desteklemek önceliklerimiz arasında. Kadın-erkek eşitliğine ve kadının toplumdaki yerinin güçlenmesine verdiğimiz önem doğrultusunda, özel sektörün küresel en önemli girişimlerin-

GARANTİ EMEKLİLİK GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ÇAĞLAYAN BAKAÇHAN

den biri olan Kadınların Güçlenmesi Prensipleri'ni (Women's Empowerment Principles-WEPs) imzaladık. Bu prensipler doğrultusunda şirketimiz içinde çalışan farkındalığına yönelik uygulamalar yürütürken, aynı zamanda hayata geçirdiğimiz projelerle de kadınların her zaman yanlarındayız."

Vakıf Emeklilik

"KADIN AĞIRLIKLI ÇALIŞIYOR OLMAKTAN GURUR DUYUYORUZ"

Toplam 959 çalışanın bulunduğu Vakıf Emeklilik'te kadın çalışan sayısı 579 ve bu rakam çalışanların yüzde 60,37'sini oluşturuyor. Kadınların istihdamının yüksek olmasının şirkete sağladığı fayda ile ilgili olarak şirket tarafından yapılan açıklama şöyle: "Kadının iş hayatındaki yeri ve önemine verdiğimiz değer, çalışanlarımızın dağılımına bakıldığında her geçen gün daha da güçleniyor. Mevcutta kadın personel ağırlıklı çalışıyor olmaktan gurur duyuyoruz. Önümüzdeki dönemlerde daha fazla kadın çalışanın şirketimizde yer almasını teşvik edecek uygulamalar planlıyoruz. Her şeyden önce işte eşitlik politikamız insan odaklılığı ile ön plana çıkıyor. Bu sebeple politikalarımızı da eşitlik felsefesi ile belirliyor ve tüm süreçlerimizde odağımıza insanı alıyoruz. Örneğin; 'Zinde Hayat' isimli kulübümüzün faaliyetleri çerçevesinde düzenli olarak egzersiz programları gerçekleştiriyoruz. Ruh, zihin, beden bütünselinde bakarak kadınlarımızı sağlıklı yaşam konusunda teşvik ediyoruz. İç iletişim faaliyetlerimizde kadın-erkek ayrımı yapmaksızın tüm etkinliklerimizde çalışanlarımıza yer açıyoruz. Kadın çalışanlarımız da bu faaliyetlerimize yoğun ilgi gösteriyorlar. Örneğin; yelken takımımız ve fototrekking kulübümüz bünyesinde kadın sayısı daha fazla. İş ve Yaşam Rehberimiz ise gerek kadın gerekse erkek çalışanlarımızın iş ve özel yaşam dengelerinin kurulmasında, motivasyonlarının artırılmasında destekleyici faaliyetler gerçekleştiriyor. Aynı zamanda sağlık başta olmak üzere bilinçlendirici çeşitli seminerlerimizle, kulüp faaliyetlerimizle kadınlarımızın yanında olmaktan memnuniyet duyuyoruz."

KOTON

"YÜZYILA KADINLAR DAMGA VURACAK"

KOTON İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ
GÖKHAN ORAKÇIOĞLU

Koton'da çalışanların yüzde 63'ü kadın. Yönetici kadrosu ve üst yönetimde görev alanların yüzde 50'sinde de kadınlar görev alıyor. Yurt dışı operasyonlarda ise yönetici konumunda bulunan kadın çalışan oranı yüzde 85'in üzerinde. Merkez ofise bakıldığında yüzde 80'i ticari, yüzde 20'si ise destek fonksiyonlarında olmak üzere kadın çalışanlardan oluşuyor. Koton İnsan Kaynakları Direktörü Gökhan Orakçıoğlu, kadın istihdamının yüksek olmasının şirketlerine ne kazandırdığıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Yurt içi ve yurt dışında kadın çalışan sayımızın fazla olmasının yanı sıra sosyal sorumluluk projelerimizle de birçok kadının istihdamını destekliyoruz. Bunlardan biri de Kapsayıcı İş Modeli çerçevesinde hayata geçirdiğimiz El Emeği projesi. El Emeği Koleksiyonu ile Koton mağazalarında moda severlerle buluşarak kadınların isteyince neler yapabildiğini gözler önüne seriyoruz. Bir ülkedeki kadın çalışan sayısının o ülkedeki eşitlik, özgürlük, adalet ve barışın göstergesi olduğuna inanıyorum. Kadının gücü ve bu konuda artan farkındalıkla yüzyılımıza kadınların damga vuracağını, en büyük devrimleri kadınların yapacağını düşünüyorum."

LC WAIKIKI

1700 KADIN YÖNETİCİ...

LC WAIKIKI MERKEZ İK DİREKTÖRÜ
HANDE ÖZDAĞDEVİREN

LC Waikiki'de 42 bin kişi çalışıyor. Çalışanların 23 binini ise kadınlar oluşturuyor. Ayrıca 1700 kadın yöneticisiyle Türkiye'de en çok kadın yöneticinin çalıştığı şirketlerin başında geliyor. Şirketin yaklaşık yüzde 58'ini kadın çalışanlar oluşturuyor. LC Waikiki Merkez İK Direktörü Hande Özdağdeviren, kadın istihdamının yüksek olmasının şirketlerine ne kazandırdığıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Türkiye'de en yüksek oranda kadın yöneticiye sahip ilk 10 sektör sıralamasında yüzde 42 ile perakende sektörü ilk sırada yer alıyor. İyi hizmet, iyi yaşam ve kalite konusunda titizlikleriyle kadınlar perakende sektörünün gelişimine de önemli bir katkı sağlıyorlar. Hem toplumsal hem de ekonomik anlamda değer yaratan kadın istihdamını önemsiyoruz. İstihdam politikamızda özel değil, eşitlikçi bir politika izliyoruz. Cinsiyet eşitliği, her pozisyon için eşit yetkinlik ve nitelikteki adaylara eşit şartlarda imkan sunulması ana ilkelerimiz."

DeFacto

"KADINLARA POZİTİF AYRIMCILIK YAPIYORUZ"

Toplam 10 bin 988 çalışana sahip DeFacto'nun kadın çalışan sayısı 5 bin 840. Yurt dışında 2 bin 513, Türkiye'de ise 8 bin 475 çalışanı bulunuyor. Şirketin çalışanlarının yüzde 77'si Türkiye'de, kalan yüzde 23'ü ise yurt dışındaki operasyonlarda istihdam ediliyor. Türkiye'deki çalışanlarının yüzde 54'ü kadınlardan oluşuyor. Yurt dışındaki çalışanların yüzde 50'si kadınlardan oluşuyor. DeFacto İnsan Kaynakları ve Finanstan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Önder Şenol, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Türkiye'deki çalışma hayatında kadın-erkek dengesinin verimli şekilde kurulması gerektiğine inanıyoruz. Kadın sayısını artırmak üzere işe alımlarda kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık yapıyoruz. Kadın aday sayısının erkek aday sayısına oranını takip ediyoruz ve kadın adayların daha fazla olmasına özen gösteriyoruz. DeFacto'daki, başarılı çeşitliliğin en açık göstergelerinden biri erkeklere oranla daha yüksek olan kadın çalışan sayısıdır. Bugün beyaz yakalı çalışanlarımız arasında kadın çalışanlarımızın oranının yüzde 54'e ulaşması da tamamen bu kültürel değerin bir sonucudur."

DEFACTO İNSAN KAYNAKLARI VE FİNANSTAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ÖNDER ŞENOL

"ÇALIŞMA HAYATINDA KADIN-ERKEK DENGESİNİN KURULMASI GEREKTİĞİNE İNANIYORUZ. İŞE ALIMLARDA KADINLARA POZİTİF AYRIMCILIK YAPIYORUZ"

"KADINLAR, ERKEKLERİN SATIN ALMA KARARLARINI ETKİLİYOR"

GÜRMEN GROUP MARKALARDAN SORUMLU YÖNETİM KURULU ÜYESİ ZEYNEP DOĞAN

"PERAKENDEDE İŞİN ÖZÜ, MÜŞTERİNİN BEKLENTİSİNİ ANLAMAK VE İHTİYACINI KARŞILAMAK, BAZEN DE O İHTİYACI YARATAN OLMAK. BU SÜREÇ AYNI ZAMANDA DUYGUSAL ZEKA GEREKTİRİYOR. YÜKSEK DUYGUSAL ZEKAYA SAHİP OLAN KADINLAR İLETİŞİM VE EMPATİ YETENEKLERİ İLE BU SÜREÇTE BELİRGİN BİR FARK YARATIYORLAR..."

Gürmen Group bünyesinde çalışan 2 binden fazla kişi bulunuyor. İki kadın olarak yönetim kurulu üyeliğini yaptıkları perakende ile üretim gruplarında toplam çalışanların yüzde 52'sinin kadın olduğunu aktaran Gürmen Group Markalardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan, kadın istihdamının yüksek olmasının avantajlarını şu şekilde aktarıyor: "Perakendede işin özü, müşterinin beklentisini anlamak ve ihtiyacını karşılamak, bazen de o ihtiyacı yaratan olmak. Bu süreç aynı zamanda duygusal zeka gerektiriyor. Yüksek duygusal zekaya sahip olan kadınlar iletişim ve empati yetenekleri ile bu süreçte belirgin bir fark yaratıyorlar. Bunun yanı sıra perakende için başarının bir diğer sırrı iyi bir takım oyunu. Paylaşımcı özelliği ile kadınlar iyi ekip kurup ekiplerinin gelişiminde de fark yaratabiliyor. Değişen dünya ve müşteri beklentileri, artan rekabet koşulları, hızlı olmayı ve yeniliklere açık olma gereksinimini de beraberinde getiriyor. Hayatın farklı alanlarında sahip oldukları sorumlulukların da etkisiyle kadınlar aynı anda pek çok süreci birlikte götürebiliyor, planlı ve disiplinli yapılarıyla sadece işin kalitesini değil, zamanında hayata geçmesini de ön plana alıyor, bu konuda başarılı oluyorlar. Hangi dalda olursa olsun tasarımdan görsel ve satışa kadar perakendede pek çok sürecimiz estetik bir bakış açısı gerektiriyor. Biz Ramsey ve Kip markalarımızla erkek hazır giyim sektöründe faaliyet gösteriyoruz ve nihai tüketicimiz erkekler. Estetik bakış açısında üstünlüğe sahip kadınlar bu özellikleriyle erkeklerin satın alma kararı üzerinde de önemli bir rol oynuyor. Kadın istihdamının yüksek olması sektörümüz ve Türkiye için önemli bir istihdam kaynağı yaratıyor ve özellikle iş gücünün çeşitliliği anlamında da büyük katkı yapıyor. Hem kadına istihdam sağlayan markalarımız hem de iş gücünde aktif yer alan perakendedeki kadınlar ülke ekonomisine katkının yanı sıra diğer sektörlere de ilham kaynağı oluyor. Grubumuzda çalışanları seçerken her zaman liyakati esas alıyoruz. Ancak bir kadın olarak hemcinslerimize kariyer olanağı ve iş fırsatı sağlayabilmek bizler için muazzam bir motivasyon kaynağı. Grubumuzda kadın istihdamının artırılması kadar bunun sürdürülebilir olmasına da özen gösteriyoruz."

"ÜST YÖNETİM KADINLARA EMANET"

MORHİPO.COM İNSAN KAYNAKLARI MÜDÜRÜ MELİS ÖNCE

Morhipo.com bünyesinde 277 çalışan bulunuyor. Çalışanlardan 152'si yani yüzde 55'i kadınlardan oluşuyor. Morhipo.com İnsan Kaynakları Müdürü Melis İnce, kadın istihdamının şirkete sağladığı faydalar ile ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Morhipo.com sadece kadın çalışan sayısının yüksek olduğu bir şirket değil, aynı zamanda yönetici kadrolarında da kadınların yer aldığı bir şirket. Genel müdürümüz ve genel müdür yardımcılarımızdan ikisi kadın. Kadınların kariyer basamaklarında yükselmesi için fırsat eşitliğini öncelikli şirket politikamız olarak benimsiyoruz. Başarımızı da bu eşitlikçi çalışma ortamına bağlıyoruz, çünkü çalışanlarımızdan güç alıyoruz. Morhipo.com yüksek kadın istihdamı olan şirketlerin ne kadar başarılı olabileceğinin bir kanıtı. Kadınların bakış açılarının, problem çözmedeki yeteneklerinin ve iletişimlerinin çok güçlü olduğuna inanıyoruz. Fakat işe alım süreçlerinde ya da kariyer basamaklarında yükselme aşamalarında kişinin kadın ya da erkek olduğuna bakmıyoruz. Her pozisyon için kadın ve erkek adaylarla görüşüyor, uygun adayı eğitimine ve yetkinliklerine göre belirliyoruz."

MLPCARE

"KADIN PROFİLİ SAĞLIK HİZMET ROLLERİ İLE UYUMLU"

MLP CARE İNSAN KAYNAKLARI GRUP KOORDİNATÖRÜ ÖYKÜ TÜKENMEZ

Türkiye'nin 17 şehrindeki toplam 31 Medical Park ve Liv Hospital şubesinde 6 bine yakın yatak kapasitesi ile hizmet veren MLP Care, sağlık sektörünün en yaygın kurumlarından biri olarak yaklaşık 18 bin 700 çalışan ile faaliyet gösteriyor. Bu rakamın yaklaşık 11 bin 600'ü kadın çalışanlardan oluşuyor, bu da yaklaşık olarak yüzde 62'ye denk geliyor. MLP Care İnsan Kaynakları Grup Koordinatörü Öykü Tükenmez, kadın çalışanlarının yüksek olmasının şirkete sağladığı faydalar ile ilgili şunları söylüyor: "Sağlık hizmeti vermek çok ulvi, kendi içerisinde bir o kadar da zorlukları olan bir iş. Bu zorlu ortamda sunduğumuz hizmeti en doğru şekilde temsil edebilecek çalışanlarla birlikte ilerlemek çok önemli. Verdiğimiz hizmetler kapsamında yapılan işlerin niteliğinin kadınların yetkinlikleriyle daha çok örtüştüğünü görüyoruz. Hasta odaklılık, empati kurma ve güler yüzlü hizmet sunma yetkinliklerinin kadınlarda güçlü yönler olduğunu yaptığımız değerlendirme çalışmaları ile de objektif bir şekilde tespit edebiliyoruz. Özetle kadın çalışanların genel profilinin sağlık hizmet rolleri ile çok uyumlu olması sebebiyle kadın istihdamının çok kritik olduğunu söylemek mümkün."

ACIBADEM

"SAĞLIK, KADIN EMEĞİ YOĞUN OLAN BİR SEKTÖR"

Acıbadem Sağlık Grubu yaklaşık 23 bin çalışana sahip. Çalışanların yüzde 61'i ise kadınlardan oluşuyor. Acıbadem Sağlık Grubu İnsan Kaynakları Direktörü Tolga Eryoldaş, kadın istihdamının şirkete sağladığı avantajlar hakkında şu açıklamaları yapıyor: "Sağlık sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kadın emeği yoğun bir sektör. Bu nedenle büyük istihdam hacmine sahip. Hem verilen hizmetin özelliği hem de farklı meslek dallarını barındırması itibariyle kadınlar için de oldukça cazip. Bu nedenle sağlık sektörünü tercih ediyorlar. Biz de bu taleplere

ACIBADEM SAĞLIK GRUBU İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ TOLGA ERYOLDAŞ

öncelik vererek kadın istihdamının artmasına, böylece toplumdaki cinsiyet temelli eşitsizlikleri gidermeye çalışıyoruz."

BAHÇEŞEHİR UĞUR EĞİTİM KURUMLARI — Bahçeşehir Koleji

"KADIN İSTİHDAMIYLA ÜLKEMİZ MODERNLEŞİYOR"

Bahçeşehir Koleji, 2017-2018 eğitim öğretim yılı itibariyle Türkiye genelinde bulunan 101 kampüsünde 12 bin öğretmen ve idari personele istihdam sağlıyor. Türkiye'nin, dünyada kadınların seçme ve seçilme haklarını en erken elde ettiği ülkelerden olduğunu söyleyen Bahçeşehir Koleji Yönetim Kurulu Başkanı Enver Yücel, sözlerine şöyle devam ediyor: "Türkiye'nin modernleşme yolundaki en büyük adımlarından biri olarak Cumhuriyetimizin ilk yıllarında kadınların her alanda var olması için yapılan hamlelerin takipçisiyiz. Bu nedenle kadın istihdamının en yüksek olduğu kurumlardan biriyiz. TUİK verilerine göre 2017 yılında Türkiye'de kadın istihdamı yüzde 27 iken Bahçeşehir Koleji'nde bu oran yüzde 74'tür." Enver Yücel, kadın istihdamının yüksek olmasının sağladığı faydalar ile ilgili olarak da şunları söylüyor: "Kadın istihdamının yüksek olmasıyla ülkemizin modernleşmesi arasında güçlü bir bağ var. Bir ülkenin gelişmişlik düzeyini; kadınların her alanda başarılı ve güçlü bir şekilde

BAHÇEŞEHİR KOLEJİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI ENVER YÜCEL

var olup olmadığına ve ekonomik bağımsızlık düzeylerine bakarak kolaylıkla anlayabilirsiniz. Eğitim ve kadın hakları birbirini tamamlayan olgulardır. Bu nedenle eğitim içeriklerimiz ve kurum kültürümüzde cinsiyet eşitliğini sıklıkla vurguluyoruz. İş hayatındaki düzenlemelerimizi de kadın çalışanlarımızın ihtiyaçlarına öncelik verecek şekilde planlıyoruz. Kadın istihdamı konusundaki duruşumuz, ülkemizin gelişmişlik düzeyine eğitim anlayışımızla yaptığımız katkıyı tamamlıyor."

DARDANEL

"İŞ GÖRÜŞMELERİNDE ÖNCELİĞİMİZ KADINLAR"

DARDANEL ŞİRKETLER GRUBU YÖNETİM KURULU ÜYESİ AYŞE ÖNEN

"DARDANEL ŞİRKETLER GRUBU OLARAK GENÇ VE KADIN İSTİHDAMINI DESTEKLİYOR VE ÖNEMSİYORUZ. İŞ GÖRÜŞMELERİNDE VE TERFİ SÜREÇLERİNDE BİZİM ÖNCELİĞİMİZ GENÇLER VE KADINLAR. YÖNETİCİ POZİSYONUNDA KADIN İSTİHDAMINI ARTIRMANIN YANI SIRA MAVİ YAKA POZİSYONUNDA DA ÖNCELİĞİ KADINLARA VEREREK DÜŞÜK GELİR GRUPLARINDA KADINLARIN EKONOMİK ÖZGÜRLÜKLERİNİ ARTIRMALARINA DESTEK OLUYORUZ..."

Dardanel Şirketler Grubu'nun toplam 1600 çalışanı bulunuyor. Sandviç, atıştırmalık ve donmuş ürünlerin bağlı olduğu Niyazi Önen Gıda Sanayi A.Ş'de 250, Dardenia'da ise 200 civarında çalışan var. Grup, kapasite artırımları ve yeni Dardenia şube açılışlarıyla birlikte bu sayıyı ilerleyen dönemlerde yukarılara taşımayı hedefliyor. Dardanel Şirketler Grubu olarak bakıldığında kadın istihdamının toplam çalışanlar içindeki oranı yüzde 70. Toplam mavi yaka çalışanların yüzde 75'i kadın. Niyazi Önen Gıda'da ise toplam 250 çalışanın 150'sini kadınlar oluşturuyor. Dardanel Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Ayşe Önen, kadın istihdamının şirkete sağladığı avantajlar ile ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Dardanel Şirketler Grubu olarak genç ve kadın istihdamını destekliyor ve önemsiyoruz. İş görüşmelerinde ve terfi süreçlerinde önceliğimiz, gençler ve kadınlar. Yönetici pozisyonunda kadın istihdamını artırmanın yanı sıra mavi yaka pozisyonunda da önceliği kadınlara vererek düşük gelir gruplarında kadınların ekonomik özgürlüklerini artırmalarına destek oluyoruz. Çanakkale bölgesinde en çok kadın istihdamı yaratan işvereniz. Ümraniye'deki fabrikamız Niyazi Önen Gıda Sanayi A.Ş.'yi ilk açtığımızda, iş görüşmesine gelen kadınlardan ilk zamanlar "Benim hesabım yok, eşimin hesabına maaşımı yatırabilir misiniz? Eşim sabah beni bırakıp akşama kadar bekleyebilir mi?" gibi sorular alıyorduk. Şimdi ise çalışıp kendi ayakları üzerinde durabildiklerini gördükçe özgüvenleri arttı. Aile bütçesine katkıda bulundukları ölçüde refah seviyeleri yükseldi. Sosyal hayatta daha aktifler. Böylece kadın istihdamına öncelik vererek son 1.5 yıl içerisinde bölgedeki insanlara ve sosyo-ekonomik yapıya çok fazla şey kattığımızı düşünüyoruz. Bu da bizi çok mutlu ediyor. Kadının ekonomiye dahil olmadığı bir ülke ancak sınırlı boyutta kalkınabilir. Grubumuzun açısından da ne kadar çok kadını iş gücüne dahil edebilirsek; ülke ekonomisinin büyümesi açısından da o kadar katma değer sağlayacağımıza inanıyoruz. Kadın istihdamına ağırlık vermeyi kurumsal sosyal sorumluluk projesi olarak değerlendiriyoruz. Çünkü bu ülke topraklarında üretip kazanan bizim gibi işletmelerin toplumdan aldığını topluma verme misyonuyla üzerine düşüne sorumlulukları yerine getirmesi gerektiğini düşünüyoruz."

gratis

"KADIN İSTİHDAM ORANIMIZ YÜZDE 90"

GRATIS CEO'SU BAHADIR ÖZBEK

Gratis'in genel merkezinde, mağazalarında ve lojistik merkezinde 4 binin üzerinde kişi çalışıyor. Çalışanların yüzde 90'ını kadınlar oluşturuyor. Şirket, faaliyet göstermeye başladığı 2009 yılından itibaren önce kendi iş yerinde ve sonrasında sektörde kadın istihdamının iş yaşamındaki oranının artırılmasını amaçladı ve tüm işe alım süreçlerini bu yönde şekillendirdi. Bu bağlamda, mağazalardaki kadın istihdam oranı yüzde 100 seviyesine ulaştı. Bunun yanı sıra Gratis, perakende sektöründeki erkek istihdam oranının yüksek olduğu depo operasyonlarında da kadın istihdamını destekliyor. Bu kapsamda 109 kadın çalışana depo görevlisi olarak istihdam sağlıyor. Gratis, Türkiye'nin en büyük 500 şirketi arasından en yüksek kadın çalışan sayısı ile ilk 100'e giren şirketler arasında kadın çalışan ve kadın yönetici oranı ile de 1'inci sırada yer alıyor. Gratis CEO'su Bahadır Özbek, kadın istihdam oranının yüksek olmasının şirketlerine kazandırdıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Burada iş yapış şekli, sorumluluk, yetkinlik, işin gereğini hakkıyla yerine getirme yani hepsinin bir toplamı olan performans kavramına dikkat ediyoruz. İşini hakkı ile yapan herkes bizim için ayrı bir değer, ayrı bir kazançtır. Hakkaniyet, herkese eşit mesafede durmak bizim için çok önemli."

MERCER

"KADINLAR DUYGUSAL ZEKAYI SİMGELİYOR"

Toplamda 27 kişinin çalıştığı Mercer Türkiye ofisinde çalışanların yüzde 63'ü kadın. Mercer'ın globalde önem verdiği konuların başında çeşitliliğin geldiğini söyleyen Mercer Türkiye Genel Müdürü Dinçer Güleyin, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete sağladığı avantajlar hakkında şunları söylüyor: "Kadınların simgelediği duygusal zekaya, iş dünyasının sürdürülebilirliği için daha çok ihtiyaç duyulacağını düşünüyoruz. Kadınların iş dünyasındaki yerini görebilmek açısından global araştırmalar yaparak yol göstermeye çalışıyoruz. Söz konusu araştırmamızı Mart 2017'de yayınladık. 'Kadınlar İş Dünyasında Parladıkça' adlı bu araştırmamızı yüzde 72'si uluslararası, yüzde 28'i ise yerelden oluşan 40 firmanın katılımıyla gerçekleştirdik. Burada Türkiye adına negatif bir tablo gördük. Bu çerçevede Türk iş dünyasında cinsiyet çeşitliliğinin temininde sürdürülebilir iyileşmenin sağlanabilmesi için şirketlere bazı önerilerimiz oldu. Liderlerin, yöneticilerin ve erkeklerin katılımını sağlamak, aktif olarak esnek çalışma programlarını yönetmek ve desteklemek, potansiyel ön yargılar için değerlendirme süreçlerini gözden geçirmek, iş gücü havuzunun ve kariyer yollarının bütününe odaklanmak, etkisi yüksek rollerde kadınların kendilerine has yetkinliklerinden faydalanmak ve kadınların kendilerine has ihtiyaçlarına hitap eden bütüncül bir strateji geliştirmek. Bunun yanı sıra araştırmamızda, kadın yöneticilerin erkek mevkidaşlarına göre üstün oldukları alanların başında 'duygusal zekanın' geldiği vurgulandı. Kapsamlı ekip yönetimi becerisi, değişim veya zorluk karşısında esneklik ve uyum sağlama yeteneği, stratejik vizyon, problem çözme becerileri ile yenilikçilik ve yaratıcılığın da kadınların daha üstün olduğu alanlar olarak ortaya çıktı."

MERCER TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ DİNÇER GÜLEYİN

"ŞİRKET OLARAK, KADINLARIN SİMGELEDİĞİ DUYGUSAL ZEKAYA, İŞ DÜNYASININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İÇİN DAHA ÇOK İHTİYAÇ DUYULACAĞINI DÜŞÜNÜYORUZ. BU ANLAYIŞLA KADINLARIN İŞ DÜNYASINDAKİ YERİNİ GÖREBİLMEK AÇISINDAN GLOBAL ARAŞTIRMALAR YAPARAK, İŞ DÜNYASINA YOL GÖSTERMEYE ÇALIŞIYORUZ..."

hp

SIFIRDAN YÜZDE 50'YE...

HP'nin Türkiye ofisinde çalışan kadınların oranı yüzde 60'lar seviyesinde. Bundan 1 yıl kadar önce HP'nin globalde çeşitlilik konusunda önemli bir hedef belirlediğini söyleyen Filiz Akdede, konuyla ilgili şu açıklamalarda bulunuyor: "Belirlenen hedef; kadın çalışan ve farklı etnisite gruplarına mensup çalışan sayısının artırılmasına yönelikti. Ayrıca yönetim düzeyindeki çeşitlilik oranlarının da artırılması hedeflendi. Söz verildiği gibi 12 ayın sonunda, kadın çalışanların oranı yüzde 40'tan yüzde 60'a çıkarıldı. Daha da önemlisi bazı bölgelerde yönetici rollerindeki kadın sayısı sıfır iken yüzde 50'ye ulaştı. Bu bir yıl içerisinde pazarlama liderleri arasındaki farklı etnisite gruplarına mensup çalışan oranları da yüzde 30'a yükseltildi." Filiz Akdede'nin kadın istihdamının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili açıklamaları da şöyle: "Araştırmalar gösteriyor ki, kadın yöneticiler daha kolay empati kurabiliyorlar. Bu da sorunların hızlı çözümü, takım çalışması ve fikir ayrılıklarında uzlaşı sağlanması ve mentorluk gibi alanlarda ek fayda sağlıyor. Çeşitlilik politikamıza göre bakacak olursak; farklı görüşlere sahip, farklı yaş ve cinsiyet gruplarındaki kişilerin bir araya gelmesinin yaratıcılığı artırdığına inanıyoruz. HP'nin çeşitlilik yelpazesi pazar dinamiklerine de daha hızlı adapte olmasını sağlıyor. HP kültüründe, sadece kadın değil aynı zamanda erkek, farklı din, dil ve ırk gibi çeşitliliklere hak temelli bir yaklaşımımız ve herhangi bir ayrımcılığa izin vermeyecek şekilde şirket içi kurallarımız bulunuyor. Çeşitliliği şirket kültürünün ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. HP olarak sahip çıktığımız çeşitlilik kavramının uygulanması için Türkiye ofisi olarak da çeşitli çalışmalar yapıyoruz."

HP TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ FİLİZ AKDEDE

"ARAŞTIRMALAR GÖSTERİYOR Kİ, KADIN YÖNETİCİLER DAHA KOLAY EMPATİ KURABİLİYORLAR. BU DA SORUNLARIN HIZLI ÇÖZÜMÜ, TAKIM ÇALIŞMASI VE FİKİR AYRILIKLARINDA UZLAŞI SAĞLANMASI VE MENTORLUK GİBİ ALANLARDA EK FAYDA SAĞLIYOR..."

TURKCELL GLOBAL BİLGİ

"KADINLARIN POZİTİF ENERJİSİ BİZE AVANTAJ SAĞLIYOR"

Turkcell Global Bilgi bünyesinde yaklaşık 12 bin kişi çalışıyor. Bu rakamın 7 bin 500 civarı kadın çalışanlardan oluşuyor. Bu da yüzde 61 kadın çalışan oranı demek. Turkcell Global Bilgi İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Zafer Çavdar, kadın istihdamının yüksek olmasının şirkete kazandırdıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Kadınların iş hayatına farklı bakış açısı, çalışkanlığı, pozitif enerjisi, yüksek performansı, bağlılık duygusu, işe aidiyeti ve mesleği sahiplenmesi bize büyük avantajlar sağlıyor. Müşterilerimize sunduğumuz hizmette; empati kurabilmek, iyi bir dinleyici olmak, onların duygularını anlamak ve en uygun çözümleri sunabilmek bizim için önemli. Kadın çalışan oranının yüksek olması bu konularda bize büyük avantaj sağlıyor."

TURKCELL GLOBAL BİLGİ İNSAN KAYNAKLARINDAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ZAFER ÇAVDAR

RE/MAX

GAYRİMENKULDE KADINLARA GÜVEN YÜKSEK

RE/MAX Türkiye çatısı altında 4 bin 500 çalışan bulunuyor. Bu çalışanların 2 bin 300'ünü yani yüzde 51'ini kadınlar oluşturuyor. RE/MAX Türkiye Operasyon ve Franchise Geliştirme Direktörü Funda Karakaş, kadın istihdamının yüksek olmasının sağladığı faydalar ile ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Gayrimenkul sektöründe halkın kadınlara olan güveni çok yüksek. Ayrıca ev alırken ya da satarken kadınlar karar verici konumda bulunuyor. Kadın gözüyle eve bakmak müşteri gözünden de çok kıymetli ve farklılık sağlıyor."

RE/MAX TÜRKİYE OPERASYON VE FRANCHISE GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ FUNDA KARAKAŞ

Comdata Group TÜRKİYE

"KADIN ÇALIŞANLAR, ŞİRKETİN PERFORMANSINI YÜKSELTİYOR"

Comdata Group Türkiye, 5 bin çalışanla İstanbul, Samsun, Eskişehir, Konya, Kayseri, İzmir ve Mardin'de hizmet veriyor. Bu sayının yüzde 65'ini kadınlar oluşturuyor. Şirket, sadece toplam çalışan sayısı içindeki orana değil, yönetim kademesindeki kadın oranına da dikkat ediyor. Bugün, yönetim kademesinin yüzde 52'si kadın. Comdata Group Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Vildan Çal Özel, kadın istihdamının yüksek olmasının performansı yükselttiğini söylüyor.

arvato BERTELSMANN

"KADINLAR GELECEĞİN BAŞARISINA ODAKLANIYOR"

ARVATO TÜRKİYE İNSAN KAYNAKLARINDAN SORUMLU İCRA KURULU ÜYESİ YASEMİN BİNGÖL

Arvato Türkiye'de 3 bin 250 kişiye yakın çalışan bulunuyor. Bu rakamın 1684 kişini kadınlar oluşturuyor. Yani şirketin kadın çalışan oranının yüzde 52 olduğunu söyleyebiliriz. Arvato Türkiye İnsan Kaynaklarından Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Yasemin Bingöl, kadın istihdamının şirketlerine sağladıklarıyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "Sadece cinsiyet arası dengenin değil; eğitim alanı, yaş gibi tüm demografik özelliklerde korunan dengenin organizasyonlara farklı yetkinlikler ve bakış açıları getirdiğine inanıyoruz. Bu da sürdürülebilir başarıda çok kritik bir rol oynuyor. Cinsiyet açısından denge kavramını değerlendirdiğimde ise; kadınların sadece bugünün başarısına değil, aynı zamanda geleceğin başarısına da odaklanmaları, ekiplerinin gelişimlerini öncelikli hedef olarak görmeleri, sorun yönetme yetenekleri, iletişim kabiliyetleri ve işlerini çalışkanlıkla, titiz bir şekilde yapmaları şirketimize önemli katkılar sağlıyor. Şirketimizde işe alımdan pozisyon değişikliklerine kadar her süreç fırsat eşitliği ilkesiyle yönetiliyor. Şirket içi politikalarımızı cinsiyet merkezli oluşturmuyoruz. Çalışanlarımızın yeteneklerini, gösterdikleri emeği ve yaptıkları işle sağladıkları katma değeri önemsiyoruz. İş yerinde çeşitliliği sağlamak amacıyla cinsiyet dengeli iş yaşamı oluşturmak için çabalıyoruz."

"TAV'IN KONFOR VE HİZMET ANLAYIŞINI YENİ PAZARLARA ULAŞTIRACAĞIZ"

YENİ DÖNEMDE ORGANİK BÜYÜMENİN YANINDA ŞİRKET SATIN ALMA VE FRANCHISE GİBİ MODELLERLE ULUSLARARASI ARENADA PAZAR PAYINI ARTIRMA HEDEFİNDE OLAN TAV İŞLETME HİZMETLERİ, ÖNÜMÜZDEKİ YIL PORTFÖYÜNDEKİ ÜLKE SAYISINI 20'NİN ÜZERİNE ÇIKARMAYA HAZIRLANIYOR. ŞİRKET BUNUN YANINDA, SUNDUĞU ÜST SEGMENT HİZMETLERLE DE TÜM DÜNYADA FARK YARATMAYA ODAKLANDI

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

TAV İŞLETME HİZMETLERİ GENEL MÜDÜRÜ **ALİ BORA İŞBULAN**

Türkiye'nin global arenada en bilinen ve en çok saygı gören markalarından biri olan TAV Havalimanları Holding, iştirakleriyle ve yarattığı markalarla da tüm dünyanın takdirini kazanmayı başarıyor. Bu bağlamda bulundukları pazarlarda varlıklarını daha da artıracaklarını belirten TAV İşletme Hizmetleri Genel Müdürü Ali Bora İşbulan, ulaşacakları yeni pazarlarda da TAV'ın hizmet ve konforunu misafirlerin deneyimlerine sunacaklarını kaydediyor.

▸ 2018 yılı TAV İşletme Hizmetleri için nasıl başladı? Yılın öne çıkan başlıkları neler oldu?

TAV İşletme Hizmetleri'nin iki ana iş kolu var. İlki, bizim katma değerli yolcu hizmeti dediğimiz başlık. Yani CIP, VIP, lounge'lar, sadakat programları, vs... Diğeri ise TAV Havalimanları'ndaki tüm ticari alanların işletmesi tarafı. Her iki kolda da yıla çok iyi başladık. Malumunuz bu yıl Türkiye yolcu sayısındaki büyümede rekor kırıyor. Bunun bize yansıması, özelikle Türkiye operasyonlarında çok olumlu oldu. Katma değerli hizmetler başlığımızı bundan üç yıl evvel, TAV'ın işletmediği havalimanlarına da taşıdık. Böylesi yerlerde de business lounge'lar açmaya başladık. İlk çeyrekte Kopenhag'da, Frankfurt'ta, Zürih ve Muskat'ta toplam 5 lounge açılışı yaptık.

▸ Yılın ikinci yarısına göz atacak olursak hangi adımları atmayı planlıyorsunuz?

Yurt içinde de, yurt dışında da ilk yarıdaki performansımıza benzer bir büyüme bekliyoruz. 2017 sonu, 2018 başında Şili-Santiago'da biri iç, biri dış hatlarda iki tane lounge açmıştık. İlk altı ay öğrenme devresiydi. Şimdiki altı ay ise vites artırma dönemi olacak. Bundan 2.5 yıl öce ABD'de Washington DC'de bir lounge açmıştık. Orada oturan bir düzenimiz var. Bu düzen bize beraberinde JFK-Terminal 1 ve San Diego havalimanlarında iki lounge ihalesi kazandırdı. Onların inşaatı devam ediyor. Yılın sonunda o iki noktada projelerimiz hayata geçecek. Bununla beraber yurt içinde Antalya Havalimanı'nın TAV çatısına girmesiyle iç ve dış hatlarda lounge açmaktan tutun

da TAV Passport Card üyelerinin daha fazla hizmetten istifade etmesine kadar geniş kapsamlı bir dokunuşumuz olacak.

TAV Havalimanları Holding'in cirosunun yüzde kaçı TAV İşletme Hizmetleri'nden geliyor?
Sadece Euro değil, 10'a yakın kurla ciddi bir operasyon yürütüyoruz. Bu açıdan TL'deki müspet ya da menfi performans bizi çok fazla etkilemiyor. Terminaller adına yürüttüğümüz ticari faaliyetleri de katarak, holdingin gelirlerinin yüzde 10'una yakın kısmı TAV İşletme Hizmetleri'nden sağlanıyor.

Hem dünyaki hem de Türkiye'deki havalimanı işletmeciliği hakkında sizden bir değerlendirme alabilir miyiz?
İşletme hizmetlerinin otopark, vale, reklam alanları, dükkan kiralama gibi ticaret kısmının ele alındığı aksı bir kenara koyarsak, diğer iş kolumuz havalimanlarındaki özellikli yolcu hizmetleri… Yani CIP'ler, VIP'ler, karşılama/uğurlama, porter, transfer, vs… Özellikle bu aksta çok büyük bir pazar var. Geçen yıl 4 milyar insan havayoluyla seyahat etmiş. 2030'da bu sayı 8 milyara çıkacak. Bu 4 milyar insanın arasında yüzde 15'lik grup, ağırlıklı olarak kurumsal iş seyahati gerçekleştiriyor ki, bu grubun fiyat kaygısı düşük. Bu grup, hız, konfor ve sürate kıymet veriyor. Bu segment bizim için çok önemli. Sadakat hizmetlerimiz, ağırlıklı olarak bu gruba dokunuyor. Dünyada bu bahsettiğimiz segmente yönelmiş bir elin parmağı kadar şirket var. Bu şirketlerden biri de biziz ve ikinci, üçüncü şirket konumundayız.

TAV Havalimanları'nın işlettiği havalimanları dışında, yurt içi ve yurt dışı dahil olmak üzere hangi noktalarda bulunuyorsunuz?
15 ülkede 57 adet salonumuz bulunuyor. Toplamda 30 bin metrekareden fazla bir alandan bahsediyoruz. Kuzey ve Güney Amerika'da, Avrupa'da, Afrika'da, Körfez Bölgesi'nde ve Kafkaslar'da varız. Bu yılın sonunda 5 milyona yakın yolcumuzu misafir edeceğiz. Her yıl yüzde 30'luk bir büyümemiz söz konusu. Toplam misafirlerimizin lounge bacağının yüzde 75'i yabancı, yüzde 25'i Türk. TAV Passport Card tarafında ise yüzde 85 üyemiz Türk, yüzde 15 üyemiz de yabancı.

Önümüzdeki dönemde hangi ülke ve pazarlara ağırlık vereceksiniz?
2017 sonu, 2018 başında Şili-Santiago'da biri iç, biri dış hatlarda iki lounge açmıştık. Dolayısıyla Güney Amerika pazarına adım attık. Burada da büyümeye özen gösteriyoruz. Bu coğrafyada şirket alımı da gerçekleştirebiliriz, ihale yoluyla organik bir büyümeye de sıcak bakabiliriz. Kuzey Amerika'da zaten büyümeye devam ediyoruz. Üç adet olan lounge sayımızı giderek artıracağız. Ortaklık ya da franchise gibi sistemlerle bu coğrafyada büyümek istiyoruz.
Avrupa en güçlü olduğumuz pazar. Özellikle Fransız ortağımızla Paris'e ağırlık vereceğiz. En az iki salon açmak gibi bir projemiz var. Avrupa'da yine şirket alımı söz konusu olabilir. Afrika yükselen pazarımız. Kenya'da, Ruanda'da varız. Amacımız şimdi Doğu Afrika, özellikle Nijerya pazarında büyümek. Orta Doğu yine bu tarz hizmetlerin en çok kabul gördüğü coğrafya. Medine'de yıllardır vardık. Muskat ve Salalah'la beraber Umman'a girdik. O taraftaki ihale ve fırsatlar da her zaman radarımızda.

Üyelik programlarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?
En çok öne çıkan ürünlerimden olan TAV Passport sadakat programımızda sekizinci yılımızdayız ve üye sayımız 40 bine dayandı. Bu 40 bin üyemiz yalnızca TAV Havalimanları'nda değil, dünyada yaklaşık 300 havalimanında özel fırsatlardan yararlanabiliyor. Bunu dışında Primeclass markamız bulunuyor. Primeclass, bizim lounge'larımıza verdiğimiz isim. Primeclass markası bugün, dünyanın pek çok havalimanında bir ihale olduğunda direkt davet alan bir marka. Yolcularımızın Primeclass'a yaklaşımı da hem yurt içinde hem de yurt dışında bu markamızın büyük bir övgüye mazhar olduğunu kanıtlıyor.

"GLOBAL OYUNCUNUN ÇOK AZ OLDUĞU BU PAZARDA PAYIMIZI VE ENTERNASYONAL VARLIĞIMIZI ARTIRACAĞIZ. PORTFÖYÜMÜZDE BULUNAN 15 ÜLKEYİ 2019'DA 20'Lİ SAYILARA, 57 OLAN SALON SAYIMIZI DA 80'Lİ SAYILARA ÇIKARACAĞIZ. KISACASI BİLİŞİME, VERİYE VE DİJİTALE YATIRIM YAPARKEN İNORGANİK BÜYÜME VE FRANCHISE MODELİYLE DE PORTFÖYÜNÜ BÜYÜTEN GLOBAL BİR ŞİRKET OLMAYA DEVAM EDECEĞİZ"

Atatürk Havalimanı, 3'üncü Havalimanı'nın açılmasıyla kapanacak. Bunun TAV İşletme Hizmetleri tarafında karşılığı nedir?
İstanbul, bizim portföyümüzde kabaca yüzde 25'lik bir hacme sahip. Amacımız bu katma değeri, yeni havalimanına da taşımak. Bu noktada zaten görüşmelerimiz devam ediyor. Müspet bir sonuç çıktığında Atatürk Havalimanı'ndaki portföyümüz oraya taşınacak, hatta üzerine katarak bir büyüme söz konusu olur. O taraftan olumlu bir sonuç çıkmazsa da iş planlarımızı yeniden bu yüzde 25'lik kayba göre planlanacak. Yani İstanbul'un kaybı gibi bir durum söz konusu olursa, burasının kaybını telafi edecek hamlelerimiz mutlaka olacak.

Son olarak 2019 projeksiyonunuzu özetler misiniz?
2019 yılı büyümede kendi iç bünyemizde birtakım yatırım ve entegrasyonlar yapacağımız bir yıl olacak. Coğrafi anlamda olsun, yolcu sayısı ve ciro anlamında olsun, bu paralelde bizi büyütecek şirket alımlarını çok önemsiyoruz. Lounge Me adında dijital bir ürün, bir aplikasyon çıkartıyoruz. Bu aplikasyonla dünyada 400 havalimanındaki lounge'lara yolcularımız girebiliyor olacak. Portföyümüzdeki ilk global ürün de bu olacak. Lounge Me'de çok umutluyuz. Öyle ki bu ürünün 'unicorn' ürünümüz olacağını söyleyebiliriz. Bunun yanında TAV Passport Kart'ı daha global bir ürün haline getirmeye çalışırken Primeclass'ı da büyütme girişimlerimiz hız kazanacak. Global oyuncunun çok az olduğu bu pazarda payımızı ve enternasyonal varlığımızı artıracağız.

MMG GENEL BAŞKANI **OSMAN BALTA**

"AR-GE YATIRIMLARIMIZ ARTTI, FAKAT DAHA GİDİLECEK ÇOK YOLUMUZ VAR"

MİMAR VE MÜHENDİSLER GRUBU (MMG), 4 BİNİN ÜZERİNDE KAYITLI, 10 BİNİN ÜZERİNDE GÖNÜLLÜ ÜYESİYLE TÜRKİYE'NİN KALKINMA VE GELİŞMESİNDE ÖNEMLİ OLAN ŞEHİRCİLİKTEN ÇEVREYE, ENERJİDEN SANAYİLEŞMEYE, EĞİTİMDEN İSTİHDAMA, TARIM VE GIDADAN BİLİM VE TEKNOLOJİYE KADAR ÇEŞİTLİ KONULAR ÜZERİNE ÇALIŞMALAR GERÇEKLEŞTİRİYOR. **SON İKİ YILDA GERÇEKLEŞTİRMİŞ OLDUĞU AR-GE VE İNOVASYON ZİRVESİ VE SERGİSİ İLE DİKKATLERİ ÜZERİNE ÇEKEN MMG, BU YIL DA GELENEKSELLEŞTİRDİĞİ BU ETKİNLİĞİNİN ÜÇÜNCÜSÜNÜ GERÇEKLEŞTİRMEYE HAZIRLANIYOR. MMG GENEL BAŞKANI, BU YIL MOTTOLARININ 'SANAYİDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM' OLDUĞUNU BELİRTİRKEN KONUYLA İLGİLİ TÜM PAYDAŞLARI AYNI ÇATI ALTINDA BİR ARAYA GETİRECEKLERİNİ İFADE EDİYOR**

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Kurucu üyelerinin çoğunluğunu akademisyen, iş adamı, sanayici ve bürokratların teşkil ettiği Mimar ve Mühendisler Grubu (MMG), 20 yılı aşkın süredir Türkiye'nin kalkınması ve gelişmesinde önemli olan konularda faaliyet gösteriyor. Özellikle son iki yıldır gerçekleştirmiş olduğu Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Sergisi'yle dikkatleri üzerine çeken MMG, gördüğü ilgiyle beraber hem şirketlere hem de ziyaretçilere ufuklar açmasıyla da farklılaşıyor. Bu bağlamda biz de, bu yıl üçüncüsünü gerçekleştirecekleri Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Sergisi öncesinde MMG Grubu Genel Başkanı Osman Balta'yla bir araya geldik. Osman Balta, bu yıl 'Sanayide Dijital Dönüşüm' mottosu altında düzenleyecekleri etkinleri hakkında bilgi verirken Türkiye'deki Ar-Ge ve inovasyon ortamını, yapılması gerekenleri ve ekonomik öngörülerini de Platin okurlarıyla paylaştı…

Osman Balta'yı ilk ağızdan dinleyecek olursak hem eğitim hem de iş hayatınızdaki başlıkları bizlerle paylaşır mısınız?

1963'te Erzurum'da doğdum. İlkokulu doğduğum yerde tamamladım. 1982 yılında İstanbul İmam Hatip Lisesi'nden mezun oldum. 1986 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Sakarya Mühendislik Fakültesi Makine Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldum. Mezun olduktan sonra iki yıl özel sektörde imalat ve planlama mühendisi olarak çalıştım. Ardından kendi kurduğum şirketlerde yönetici işveren olarak iş hayatımı devam ettirdim. 1999 yılında kurucu ortağı olduğum ve deprem güvenlik sektörüyle ilgili projeler geliştiren Sismik'te 2009 yılına kadar yönetim kurulu başkanı olarak görev yaptım. Bu süreç içerisinde İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü İngilizce MBA Programı'nı bitirdim. 2009 Ağustos'unda Gübretaş bünyesinde lojistik tesisler, fabrikalar ve yatırımlardan sorumlu genel müdür yardımcısı olarak göreve başladım. Ocak 2012'den Şubat 2015'e kadar da aynı kurumda genel müdür ve yönetim kurulu üyesi olarak görev yaptım. 2017 Mart'ında da arkadaşlarımız MMG Genel Başkanlık görevini bana tevdi etti. O günden bu yana da bu görevi yerine getirmeye çalışıyorum.

MMG nasıl ve ne zaman kuruldu? Kısaca bilgi verebilir misiniz?

1996 yılında resmi kuruluşumuzu tamamladık. 20 yılı aşkın bir süredir MMG olarak herhangi bir grup, cemaat ya da siyasi bir teşkilatlanmaya angaje olmadan; milli, manevi ve kültürel değerlere öncelik vererek mimarlık ve mühendislik konularını ülkemizde ihtiyaç duyulan konuları gündeme getirerek birçok hizmeti hayata geçirdik. Rutin olarak devam ettirdiğimiz çalışmalarımız bulunuyor. Ayda bir kahvaltılı toplantılar düzenliyoruz. Bu toplantılarda sektörün önemli isimlerini ağırlıyoruz. İki haftada bir 'biz bize konuşmalar' başlığı altında tecrübe paylaşımları yapıyoruz. Bununla beraber mimarlık, mühendislik birimlerinden mezun olan arkadaşlara danışmanlık yapıyor, piyasada iş bulmalarına katkıda bulunuyoruz. Ayrıca iki ayda bir çıkardığımız 'Mimar ve Mühendis' dergimiz bulunuyor. Geçtiğimiz ay bu dergimizin 101'inci sayısını yayımladık.

Kaç üyeniz bulunuyor? Şube ve temsilciliklerde hangi noktadasınız?

4 binin üzerinde kayıtlı, 10 binin üzerinde de gönüllü üyemiz var. 29 ilde şube ve temsilcilik olmak kaydı ile teşkilatlanmamız bulunuyor. Şu anda sekiz şube, 20 tane de temsilciliğimiz mevcut. Yıl sonundaysa şube ve temsilciliklerimizin sayısını toplamda 30'a çıkaracağız.

Son dönemde özellikle Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Sergisi etkinliğinizle ön plana çıktınız. İki defa gerçekleştirdiğiniz bu etkinlikten bahsedebilir misiniz?

MMG olarak iki ana aks üzerinde faaliyet gerçekleştiriyoruz. Bunlardan ilki mimari, çevre ve şehircilik konuları. Diğer konularsa sanayi, üretim ve gelişme. Bu iki ana aksı ele aldığımızda Ar-Ge ve inovasyonsuz hareket edilmediği üzerinde hemfikiriz. Dolayısıyla MMG olarak hayatın her noktasında varlık gösteriyoruz diyebiliriz. Biz de bundan yola çıkarak ilk defa 2016 yılında, ardından da geçen yıl Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Sergisi etkinliklerimizi hayata geçirdik. Özellikle geçen yıl 6-7 Eylül tarihleri arasında Lütfi Kırdar'da gerçekleştirdiğimiz etkinliğimiz, gerek şirket katılımı gerekse ziyaretçi sayısı itibariyle beklentilerimiz üzerinde bir başarı sağladı. 2016'ya göre 2017'de katılım gösteren şirket sayısının yüzde 70'i, etkinliğe ilk defa katılan firmalardı. 10 binin üzerinde bir ziyaretçi akını oldu. İki gün boyunca 10'un üzerinde oturumda, 60'ın üzerinde konuşmacı Türkiye'nin bilim ve teknoloji alanlarındaki stratejilerini, yol haritalarını anlatırken özel sektör, kamu ve üniversitelerden 213 kurum ve kuruluş, 500'e yakın inovatif ürün ve icat sergiledi.

"BU YIL ÜÇÜNCÜSÜNÜ DÜZENLEYECEĞİMİZ AR-GE VE İNOVASYON ZİRVESİ VE SERGİMİZ, YİNE LÜTFİ KIRDAR KONGRE VE SERGİ SARAYI'NDA 17-18 EKİM TARİHLERİ ARASINDA GERÇEKLEŞECEK. **ŞİRKETLER İKİ GÜN BOYUNCA STANTLARDA ÜRÜNLERİNİ SERGİLEYECEK. AYRICA AR-GE VE İNOVASYON ANLAMINDA YENİ KONU BAŞLIKLARIYLA 10'UN ÜZERİNDE OTURUM VE 60'IN ÜZERİNDE YENİ KONUŞMACI BİZLERLE OLACAK. BU YILKİ ZİRVEMİZ İÇİN ONLINE ÖN KAYIT BAŞVURULARI, GEÇEN YILKİ KATILIMIN ŞİMDİDEN ÜSTÜNE ÇIKTIĞIMIZI GÖSTERİYOR"**

Burada özellikle paydaşların buluşmasında ne gibi sonuçlar çıktı?

Büyük firmalarımızla KOBİ'lerimizin zirvemizde ürünlerini sergilemesinin ardından, şirketler arasında 60'ın üzerinde kontrat gerçekleşti. Bu ürünler, özellikle yerlileştirmeye önem gösteren şirketlerin radarındaydı. Dolayısıyla bunları yurt dışından almak yerine, yerli ve milli üretimle tedarik etmek, bilhassa savunma ve ulaştırma alanında çok büyük önem arz ediyor. Şu bir gerçek; evet, petrol ve doğalgaz ülkesi değiliz. Bunları ithal etmek durumundayız. Dolayısıyla cari açıkta en büyük kalem de enerjiden geliyor. Fakat yurt içinde üretilebilecek stratejik ürünleri yurt dışından almak, cari açığı yükselten en önemli etkenlerden. Biz, bu etkinliklerimizde paydaşlarımızı bir araya getirerek ülkemizin bu sorununa parmak bastık, basıyoruz.

Gelenekselleştirdiğiniz bir etkinliğe de dönüştü Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Serginiz…

Aynen öyle. Hatta güzel bir örnek vermek istiyorum. Geçen yıl zirveye katılan şirketlerin bir kısmı, tabiri caizse biraz nazlanarak sergide yer almıştı. Bu yıl gerçekleş-

tireceğimiz zirve için bu şirketler, rezervasyon yaptırdı. Yine bir şirketimiz, geçen yıl yalnızca ürünlerini sergilerken bu yıl altın sponsor olmak için bize müracaat etti. Bu şirketimize, 'Neden önümüzdeki zirvede sponsor olmak istiyorsunuz?' diye sorduğumuzda da, geçen yıl savunma sanayii sektöründe çok önemli iki proje aldıklarını söylediler. Zaten bizim rolümüz ve misyonumuz bu: tarafları bir araya getirmek.

▸ Bu yıl gerçekleşecek zirveniz hakkında bilgi alabilir miyiz? Bu yılın mottosu ne olacak, beklentileriniz nasıl şekillenecek?

Bu yıl üçüncüsünü düzenleyeceğimiz Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Sergimiz, yine Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda 17-18 Ekim tarihleri arasında gerçekleşecek. İki gün boyunca stantlarda hem ürünlerini sergileyecek şirketler, hem de Ar-Ge ve inovasyon anlamında yeni konu başlıklarıyla 10'un üzerinde oturum ve 60'ın üzerinde yeni konuşmacı bizlerle olacak. Geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiğimiz zirvede 5 binin üzerinde kişinin online kayıt yaptırmıştı. Bu yılki zirvemiz içinse bu sayının çok daha yüksek olduğunu yapılan ön kayıtlardan görüyoruz.

İkinci Ar-Ge ve İnovasyon Zirvesi ve Sergimizin mottosu, "Ar-Ge'den Projeye, Projeden Üretime'ydi. Bu yılki zirvemizin mottosu ise 'Sanayide Dijital Dönüşüm'… Şüphesiz ki günümüzün en önemli konusu dijital ekonomi. Dolayısıyla biz de bu zirvemizde sanayimizin, dünyanın şu anda yaşıyor olduğu dijital dönüşümün gerisinde kalmaması üzerine önemli konularımızı masaya yatıracağız, paydaşlarımızı bir araya getireceğiz. Sanayimizde özellikle yeni dönemde gelişmiş ülkelerdeki üretilen ürünlerin yeni versiyonlarını burada üretmedikçe, tam anlamıyla bir gelişmeden bahsedemeyiz.

▸ Tam da bu noktada merceği biraz sanayimize tutsak... İhracat ve üretim açısından Türk sanayisinde hangi noktalar öne çıkıyor?

Şu anda Türkiye ihracatının yüzde 60'lık kısmını KOBİ'lerimiz gerçekleştiriyor. Bu, aslında önemli bir oran. Yani geçen yıl 160 milyar dolarlık bir ihracata ulaştık ve bunun yüzde 60'ını KOBİ'lerimiz gerçekleştirdi. Fakat şöyle bir şey var. KOBİ'lerimizin bu oranda yapmış olduğu ihracatta yüksek teknoloji payı ürün oranı, yüzde 2,5-3 seviyelerinde… Bu çok düşük bir oran. Bunun ne anlama geldiği de açık: biz yükte ağır ama pahada hafif ürünler üretiyoruz. Türkiye'nin ihracatta kilogram başına düşen tutarı 1 dolar seviyesine geriliyor. Bu noktada yüksek teknolojili kendine özgü ürünler geliştirmemiz gerekiyor. Yine burada tasarım faktörü de çok önemli bir nokta.

Değinmeden geçmememiz gereken bir başka başlık yerli otomobil girişimi. Herkesin heyecanla beklediği yerli otomobilin elektrikli olması tercih edildi. Türkiye'de şu anda bulunan otomotiv fabrikalarının hepsi içten yanmalı motorlara uygun bir şekilde dizayn edilmiş. Dolayısıyla önümüzdeki dönemde ihracat içindeki en büyük paya sahip bu fabrikaların yanında oto yan sanayisinin de bir değişimden geçeceğini görüyoruz. Gerçekleşecek zirvemizde değineceğimiz konulardan biri de bu olacak mesela.

▸ Zirve kapsamında dijital dönüşümden Ar-Ge ve inovasyona kadar dinleyicileri önemli konu başlıklarının beklediğini ifade edebilir miyiz?

Şunu belirtmemiz gerekiyor; fikirler, tartışmalardan sonra ortaya çıkar. Hatta çatışarak oluşur. İnsanlar bir araya gelmez, düşündüklerini dökmezlerse ortaya bir fikir de çıkmaz. MMG olarak yapmaya çalıştığımız aslında tam da bu. Gerçekleştirdiğimiz zirvelerle hem özel sektörü hem kanun yapıcıları bir araya getirirken, diğer yandan üniversitelerin de bu pastadan pay almasına önayak oluyoruz. Sizin de bildiğiniz gibi ülkemizde inovatif ürünlerin marka halini alamaması, daha doğrusu ticari bir değer haline getirilememesi sorunu var. Ürün üretilse de finansman sorunu ortaya çıkabiliyor. İlerleyen zamanlarda duyuyoruz ki bu geliştirilen ürünü, yabancı bir şirket kendi bünyesine almış… Bizde itibar görmeyen bir keşif, yurt dışında inanılmaz bir ilgiye mazhar olabiliyor. Bu sorunu mutlaka aşmamız gerekiyor. Zirvede bahsettiğiniz konu başlıklarının yanında, aslında bu gibi noktaları kaçırmamız gerektiğini hatırlatıyoruz. Burada gerek kalkınma ajansları, gerek teknopark yetkilileri, fikir sahibi girişimcilerimizle dirsek teması kurmuş oluyor.

"AR-GE MERKEZLERİ, ÜNİVERSİTELER, TEKNOPARKLAR VE ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİNDE GELİŞTİRİLEN İNOVATİF PROJELERİ AYNI PLATFORMDA BULUŞTURARAK PROJELER ARASINDA SİNERJİ VE ETKİLEŞİM OLUŞTURMAYI, PROJELERİN YATIRIMA DÖNÜŞMESİNE VE TİCARİLEŞMESİNE KATKIDA BULUNMAYI HEDEFLİYORUZ. **İKİ GÜN SÜREN ORGANİZASYONUMUZDA SERGİ ALANI YANINDA ÇOK ÇEŞİTLİ BAŞLIKLARDA DÜZENLENEN OTURUMLARDA KONUNUN UZMANLARI, İŞ VE SANAYİ DÜNYASI TEMSİLCİLERİ, AKADEMİSYENLER İLE KAMU KURUM YETKİLİLERİ ZİYARETÇİLERLE BİR ARAYA GELİYOR"**

▸ Dijital dönüşüm, Endüstri 4.0'ı da içinde barındırıyor. Bugün en çok konuştuğumuz konulardan biri bu... Sizce Türkiye Endüstri 4.0'ın neresinde bulunuyor?

Türkiye şu anda Endüstri 4.0'ın belki başında bile değil… Bizim ülke olarak handikabımız, dünyadaki son teknolojiyi alıp onu anlayıp bunun gelişmiş bir versiyonunu ya da yeni bir ürünü ülkemizde üretmek ve geliştirmek yerine sadece o teknolojiyi konuşuyoruz. Konuşmaktan da kendimizi işe vermiyoruz… Bununla beraber tabii ki sermaye yetersizliğimiz de söz konusu. İşletmelerimiz ne yazık ki kendi özkaynaklarıyla faaliyetlerini yürütmekten ziyade kredi yöntemiyle ilerle-

meye çalışıyor. Sonuç olarak evet, bir Endüstri 4.0'ı konuşuyoruz. Ama konuşmaktan çok, bu yönde faaliyete geçmemiz gerekiyor. İşe odaklanmanın yolu da önce plan yapmaktan geçiyor. Biz yola revan oluyoruz, planı yolda yapmaya çalışıyoruz. Kaybettiğimiz nokta da burası oluyor. Cumhuriyetin ilk yıllarında pas geçtiğimiz bir otomobil, hatta uçak projemiz var. Yanlış politikalar sonucu bu iki hamleden de yoksun kaldık.
Doğru adımlar atılabilseydi, şu anda yerli otomobilimizi zaten yapmış; bununla beraber belki de Airbus segmentinde bir uçak markası bile çıkarıyor olabilirdik… Bir ütopyadan bahsetmiyorum. Yalnızca doğru adımları atamamak ve insanımızın yönlendirilmemesi neticesinde bu hamleleri gerçekleştiremedik. Zamanımızı verimsiz kullandık. Demek istediğim bu.

Hükümetin son dönemde Ar-Ge konusunda yaptığı planlar nasıl işliyor?
Bundan 10 yıl önceye göre Ar-Ge harcamalarının neredeyse tamamı devletin tahakkümü altındaydı. Bugün o bahsettiğimiz yüzde 1'lik payın kırılımına baktığımızda devletin payının yüzde 50, özel sektörün payının da yüzde 50 olduğunu görüyoruz. Bu önemli bir gösterge aslında. Kalkınmanın aslan payı özel teşebbüsün sırtında olması gerekiyor.
Devlet sadece kanuni düzenlemelerle şirketlere yol verir ve onları destekler. Az evvel kalkınma ajanslarından bahsetmiştik. Türkiye'de 26 kalkınma ajansı bulunuyor ve Ar-Ge'ye ayrılan paylar, bu kurumlar üzerinden gerçekleştiriliyor. Yine üniversiteler üzerinden teknoparkların oluşumu, Ar-Ge için çok önemli. Bu trendin de kırılmadan yükseltilmesi gerekiyor. Burada da tabii ki en önemli konu, istikrar meselesi… Dolayısıyla ülke yönetiminde de istikrarın sağlanması çok önemli. Son dönemde de ülke olarak bu konuda önemli kazanımlarımız oldu. Sermaye, özellikle bu konuya çok dikkat eder. İstikrarın olmadığı yerde yerleşik yabancı yatırımcı göremezsiniz.

Yeri gelmişken, yabancı yatırımcı gözünden Türkiye'deki ekonomik iklimi nasıl görüyorsunuz?
Dönem dönem değişik konjonktürlerden geçsek de, Türkiye her zaman yabancının en çok izlediği coğrafyalardan biri oldu. Geçmişte Hollanda'yla kriz yaşadık. Fakat bakıyorsunuz ki, Türkiye'de Hollandalı şirketler bir hayli fazla. Hakeza Alman ya da İngiliz şirketleri, Türkiye'deki en önemli üreticiler konumunda bulunuyor. Şu anda yüksek kurdan bahsediyoruz. Fakat para, bir figürdür. Dövizin yükselmesi yerleşik yabancıları bu ülkeden çıkaracak bir unsur değildir. 15 Temmuz'u yaşamış bir ülkeyiz. 18 Temmuz'da piyasalarımız açıktı ve finansal işlemler sekteye uğramaksızın devam etti… Bugün itibariyle de önceki yıllardan çok daha güçlü bir konumda bulunuyoruz. Bunu yabancı yatırımcı da görüyor. Zaten bunu görüyor olmasaydı, bugün çok daha farklı konulardan bahsediyor olurduk. Evet, coğrafya itibariyle jeopolitik anlamda risk oranı yüksek bir konumumuz yok değil. Fakat Türkiye her zaman için yabancı yatırımcı gözüyle de Müslüman ülkeler arasında her zaman gerek yönetim şekli gerek ekonomisiyle örnek bir ülke olageldi.

"ŞU ANDA YÜKSEK KURDAN BAHSEDİYORUZ. FAKAT PARA, BİR FİGÜRDÜR. DÖVİZİN YÜKSELMESİ YERLEŞİK YABANCILARI BU ÜLKEDEN ÇIKARACAK BİR UNSUR DEĞİLDİR. **15 TEMMUZ'U YAŞAMIŞ ÜLKEYİZ. 18 TEMMUZ'DA İSE PİYASALARIMIZ AÇIKTI VE FİNANSAL İŞLEMLER SEKTEYE UĞRAMAKSIZIN DEVAM ETTİ… BUGÜN İTİBARİYLE DE ÖNCEKİ YILLARDAN ÇOK DAHA GÜÇLÜ BİR KONUMDA BULUNUYORUZ. BUNU YABANCI YATIRIMCI DA GÖRÜYOR. ZATEN BUNU GÖRÜYOR OLMASAYDI, BUGÜN ÇOK DAHA FARKLI KONULARDAN BAHSEDİYOR OLURDUK"**

Türkiye ekonomisinin geçen yıl beklentilerin üzerinde büyüdüğüne şahit olduk. Büyümede Ar-Ge yatırımları ne kadar yer tuttu?
Eskiye göre Ar-Ge yatırımlarının payı arttı. Ama bu oran yeterli diyemeyiz. Bu noktada yükte hafif, pahada ağır ürünlere odaklanmak gerekiyor. Verimlilik sorunumuzu çözmemiz elzem. Daha önce de bahsettiğim gibi, yola girişmeden önce plan yapmamız gerekiyor. Tabii büyümeden bahsettiğimizde inşaat sektörünü anmamız gerekiyor. İnşaat sektörü Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri. Fakat bu sektör ihtiyacı karşılamak üzere faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Yani ihtiyaç karşılandığı zaman, o sektör doğal olarak yavaşlayacaktır. Katma değeri yüksek ürün geliştirdikçe ve bunu ihraç ettikçe büyümemizi daha geniş bir satıha yayacağız. Büyümenin yanında cari açığımızı azaltmak anlamıyla çok önemli bir adımı da atmış olacağız.

AR-GE VE İNOVASYON ALANINDAKİ ÇALIŞMALARI DÜNYA İLE KIYASLADIĞIMIZDA TÜRKİYE NASIL BİR NOKTADA BULUNUYOR?
15 yıl önceye kadar Türkiye'nin Ar-Ge'ye ayırdığı pay, GSYİH'nin yalnızca bin 3 seviyesindeydi. Bugünse 3 trilyon TL'lik GSYİH'nin yüzde 1'ini Ar-Ge'ye ayırıyoruz. Tabii ki bir gelişim söz konusu. Fakat bugün gelişmiş ülkelerde bu oran yüzde 5 ve üzeri olarak karşımıza çıkıyor. Ar-Ge'ye ayırdığınız bütçe, sizin üretim anlamında konularınız olduğunu gösterir. Konunuz ne kadar bolsa, Ar-Ge yatırımlarınız da o denli artacaktır. Türkiye'nin bu noktada hedefi, önümüzdeki 10 yıl içinde bu oranı yüzde 3'lerin üzerine çıkarmak olmalı.

TÜRKİYE'DEKİ FİNTEK EKOSİSTEMİ FİNTEK ÇALIŞMA GRUBU'YLA GELİŞECEK

TÜRKIYE'DEKİ FİNTEK EKOSİSTEMİNİN GELİŞMESİ VE TÜRKİYE'NİN FİNTEK MERKEZİ HALİNE GETİRİLMESİ HEDEFLERİ AÇISINDAN ÖNEMLİ FAYDALARI OLABİLECEĞİ ÖNGÖRÜLEN FİNTEK ÇALIŞMA GRUBU KURULDU. ÖDEME VE ELEKTRONİK PARA DERNEĞİ (ÖDED) BAŞKANI BURHAN ELİAÇIK, BU ATILIMLA BERABER TÜRKİYE'NİN FİNTEK ALANINDAKİ POTANSİYELİNİN DAHA ÇOK ÖNE ÇIKACAĞINI BELİRTİRKEN KAMU DESTEĞİNİN SAĞLANMASIYLA DA EN GEREKLİ BİLEŞENİN TAMAMLANMIŞ OLDUĞUNU VURGULUYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Türkiye'deki FinTek yatırımları, tüm dünyada olduğu gibi son dönemde oldukça hız kazandı. Var olan potansiyeli gerçek anlamda ortaya çıkarmak adına da kamu ve özel sektörün öncülüğünde de FinTek Çalışma Grubu kuruldu. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Hazine Müsteşarlığı, Sermaye Piyasası Kurulu ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu yetkililerinden oluşan çalışma grubunun gündeme bağlı olarak diğer kamu otoritelerinin de katılımıyla sektöre milli vizyon, hedef, strateji ve yol haritası belirlemesi bekleniyor.

Tam da bu noktada Türkiye'nin lider FinTek merkezlerinden biri haline gelmesine katkı sağlamak amacıyla FinTek Çalışma Grubu'nun kurulduğunu dile getiren Ödeme Ve Elektronik Para Derneği (ÖDED) Başkanı Burhan Eliaçık, bu atılımla beraber Türkiye'nin FinTek alanındaki potansiyelini daha çok öne çıkarabileceğini kaydediyor. Eliaçık, diğer sorularımızı şu şekilde yanıtlıyor:

▸ ÖDED ne zaman ve nasıl kuruldu? Kuruluşunuzu kısaca anlatabilir misiniz?

Ödeme ve Elektronik Para Derneği; kanunen tanınan banka dışı ödeme sistemi kuruluşlarını tek çatı altında toplamak, finansal teknoloji ekosistemi oluşturmak, sektörü temsil etmek, kamu, düzenleyici, yatırımcı, iş dünyası ve bireylerde farkındalık yaratmak, ilişkiler kurmak ve yürütmek, sektörü ve finansal sistemi geliştirmek üzere 2015 yılında kuruldu. Üyelerimiz arasında mobil ödeme faaliyeti yürüten operatör iştirakleri, uluslararası para transferi şirketleri, ödeme sağlayıcı şirketler, elektronik para şirketleri ve fatura ödeme şirketleri bulunuyor.

▸ FinTek Çalışma Grubu'nun kurulması için ne zam çalışıyorsunuz? Bu çalışma grubu nasıl oluşturuldu ve neyi amaçlıyor?

Dernek olarak kurulduğumuz günden itibaren, ülkemizde FinTek ekosistemi oluşturmak üzere çalışıyoruz. Ekosistemin en önemli unsuru olan kamu desteği için çalışma grubu kurulması ihtiyacını ise ilk olarak Ekim 2017'de İstanbul FinTek Merkezi raporumuzda dile getirdik. TCMB Başkanı Murat Çetinkaya ile nisan ayında gerçekleştirdiğimiz görüşmenin ardından bu noktada hızla ilerleme kaydedildi ve çalışma grubu kuruldu.

ÖDEME VE ELEKTRONİK PARA DERNEĞİ (ÖDED) BAŞKANI **BURHAN ELİAÇIK**

FinTek Çalışma Grubu'nun kurulmasının temel gerekçesi ise Türkiye'nin finans alanındaki birikim ve potansiyelini harekete geçirerek dünyada finansal teknoloji alanında söz sahibi ülkeler arasına girebilmesi için oluşturulması gereken milli vizyon, hedef, strateji ve yol haritasının belirlenmesi ve gerekli adımların atılması ihtiyacıdır.

FinTek Çalışma Grubu ile önümüzdeki dönemde neler hedefliyorsunuz? Türkiye'deki FinTek potansiyelinin hangi seviyelere çıkmasını bekliyorsunuz?
Dernek olarak hedefimiz, ülkemizin lider FinTek merkezlerinden biri haline gelmesine katkı sağlamak. Bunun mümkün olması ve kalıcı başarı için pazar, yatırım, düzenleme, yetenek havuzu ve altyapı başlıklarını ve bileşenlerini içeren ekosistemin oluşturulması gerekiyor. Bu ekosistemin zorunlu unsuru ise kamu desteğinin sağlanması olarak öne çıkıyor. Bu adım, işte bu en gerekli bileşeni tamamlamış oldu.

ÖDED olarak FinTek Çalışma Grubu'nun neresinde yer alacaksınız?
Bildiğiniz üzere FinTek Çalışma Grubu, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası başkanlığında, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Hazine Müsteşarlığı, Sermaye Piyasası Kurulu ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu yetkililerinden oluşuyor. Takdir FinTek Çalışma Grubu'na ait olmakla birlikte ilgili tüm tarafların gerek görüldüğü durumda davet edilerek çalışma grubuna katkıda bulunmalarının isteneceğini düşünüyorum.
ÖDED olarak daimi komiteye sadece üyelerimizin ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda değil, daha büyük bir sorumluluk hissiyle katkı sunmayı hedefliyoruz. Bu kapsamda ülkemizi FinTek merkezi haline getirecek ve tüm FinTek iş modellerini geliştirecek adımlar atmayı da sürdüreceğiz.

TCMB ve Türkiye'deki piyasa regülatörlerinin FinTek Çalışma Grubu'na yaklaşımı nasıl oldu? Özellikle yeni Hükümetin ekonomi kurmayları çalışmalarınıza destek sunacak mı?
Çalışma grubu sayesinde ciddi bir farkındalık sağlanacağını düşünüyorum. Böylelikle FinTek sektörünün vatandaşlar, kurumlar ve ülkemiz için sağlayacağı faydaları aktarabilmeyi ve Hükümet ile ekonomi kurmaylarımızın desteğini almayı ümit ediyoruz.

FinTek çalışmaları dünyada ve Türkiye'de ne zaman hızlanmaya başladı?
Dünyadaki lider FinTek şirketlerinin ortalama yaşı sekiz. Ülkemizde de temellerin yaklaşık bu tarihlerde atıldığını söyleyebiliriz. Ancak, esas hızlanma ve büyüme 2014-2015 yıllarında en üst seviyeye ulaştı.
Hızlanmanın altındaki temel dinamikleri finansal sistemde rekabet ve erişimi artırma ihtiyacının, görece daha küçük, yenilikçi, dinamik kuruluşlar aracılığıyla sağlanabileceğinin fark edilmesi, bunu mümkün kılan düzenlemelerin dünyada örneklerinin ortaya çıkması ve değişen tüketici beklentilerinin iş modellerini şekillendirmesi olarak sıralayabiliriz.

FinTek denildiği zaman yalnızca finans sektörünü mü düşünmemiz gerekiyor? Bu teknolojinin finans yanında diğer sektörlerle de dirsek temasının olduğu söylenebilir mi?
Aslında FinTek'lerin temel varlık nedenleri budur. Farklı iş alanları ve müşteri segmentlerine, genel geçer olmayan beklentilere ve ihtiyaçlara özel finansal hizmetler ve çözümler sunan kuruluşlardır. Bu nedenle fon ve fon akışı olan her alanda, yani neredeyse hayatın ve ticaretin her alanında FinTek'in etkisinden bahsedebiliriz. Yakın gelecekte bir araç diğerine yol vermesi karşılığında ödeme teklif edecek ise bu FinTek şirketleri ve onların yenilikçi yaklaşımları sayesinde olacak.

"YERLİ FİNTEK KURULUŞLARININ YURT DIŞINA AÇILDIĞI BİR DÖNEME GİRİYORUZ. BUNUN İKİ SEBEBİ BULUNUYOR. BİRİNCİSİ, İÇ PAZARDA FİNTEK EKOSİSTEMİNİN OLUŞMAMIŞ OLMASI. İKİNCİSİ İSE REKABET ORTAMININ SAĞLANAMAMASI NEDENİYLE BEKLENEN BÜYÜME POTANSİYELİNİ GÖSTEREMEMEK VE YENİ PAZARLARLA BÜYÜME İÇİN YAKIT SAĞLAMAK OLARAK ÖNE ÇIKIYOR"

Avrupa ve dünya ile karşılaştırıldığında, Türkiye FinTek açısından dünyada nasıl bir konumda bulunuyor? Son yıllarda ülkemizde ne kadarlık FinTek yatırımı gerçekleştirildi?
Finans alanındaki potansiyelimizi maalesef yeterince harekete geçirebilmiş değiliz. FinTek alanında önemli girişimlerimiz olsa da, ilk 30 FinTek merkezi arasında yer almıyoruz.
Dünyada 300 milyar dolar yatırım yapılan sektörden, ülke olarak sadece 80 milyon dolar gibi çok küçük bir paya sahibiz. Değiştirmeye çalıştığımız bir durum bu ve tam da bu nedenle ülkemizde FinTek ekosistemini geliştirmeye çabalıyoruz.

Geçtiğimiz dönemlerde bankaların FinTek'lere yaklaşımının 'rakip şirket' tarzında olduğu biliniyordu. Şu anda bu görüş kırıldı mı? Yoksa bankalar hâlâ FinTek girişimlerini rakipleri olarak mı görüyor?
Aslında 'rakip şirket' olarak görmekten öte, pozisyonunu ve pazardaki konumunu korumak ile değişimi yönetme ve fırsata çevirme yaklaşımı farkı diyebiliriz. Az, ancak etkili sayıda 'rakip şirket', ilerisi için umut vaat eden önemli sayıda 'iş birliği ile değişimi fırsata çevir' ve 'izle ve gör' yaklaşımlarını bir arada görüyoruz.

Türk halkı elektronik paraları yakından takip eden bir profil çiziyor. Önümüzdeki dönemde kripto paraların Türkiye'deki trendinin nasıl olacağını düşünüyorsunuz?
Kripto paraya yönelimin, finansal bir araçtan öte kolay ve hızlı yoldan kazanma arzusuna dayandığını, dolayısıyla geçen yıla göre trendin ve ilginin giderek azalacağını düşünüyoruz. Bu nedenle Ödeme ve Elektronik Para Derneği olarak konuya dair herhangi bir çalışma yürütmüyoruz.

İŞİN SIRRI AMBALAJINDA

MARKET RAFLARINDAKİ AMBALAJ YARIŞI, ÇEKİŞMELİ BİR ŞEKİLDE DEVAM EDİYOR. ZİRA SON YILLARDA AMBALAJ TASARIMLARINDA KÖKLÜ BİR DEĞİŞİM SÖZ KONUSU. BU DA TÜKETİCİNİN DEĞİŞEN BEKLENTİLERİYLE ŞEKİLLENİYOR. ARTIK SUNULAN ÜRÜNÜN İÇERİĞİ KADAR ONU ÇEVRELEYEN AMBALAJIN YAPISAL ÖZELLİĞİ DE ÖNEMLİ... PLATİN DERGİSİ OLARAK GIDA SEKTÖRÜ ÖZELİNDE AMBALAJ TASARIMINI İNCELEDİK. ULUSLARARASI İŞLERİ VE ÖDÜLLERİ İLE ADINDAN SÖZ ETTİREN ORHAN IRMAK TASARIM'IN KURUCUSU ORHAN IRMAK İLE SEKTÖRDEKİ SON TRENDLERİ KONUŞTUK. AMBALAJ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ İLE İŞİN SANAYİ KISMINA KULAK VERDİK. SEKTÖRÜN ÖNEMLİ OYUNCULARINDAN TETRA PAK'IN HEDEFLERİNİ DİNLERKEN SON DÖNEMDE AMBALAJLARINI YENİLEYEN VE ÖNEMLİ YATIRIMLARDA BULUNAN MARKALARA YER VERDİK...

Dalida Özatay Erus / dalida.ozatay@platinonline.com

Ambalajın sadece bir kap olduğu ve etiketlerin sadece ürün ayrıntılarını belirtmek için kullanıldığı dönem, uzun zaman önce sona erdi. Zira değişen dünyayla beraber tüketici alışkanlıkları ve beklentileri de hızla farklılaşıyor. Ambalajlar, müşteriyi kendisine çekerken ona güvenilir bir içerik de sunmak durumunda. Burada da iş, tasarım ofislerine düşüyor. Tasarım ekipleri, değişen trendleri yakından takip ederken gelecek trendleri de öngörecek çalışmalar yapıyor. Dünyadaki ambalaj tasarımının pazar payının 900 milyon dolar olduğuna dikkat çeken Global Local Branding Line (GLBA) Kurucusu Thomas Reiner, yaşadığı Almanya'da ise ambalaj tasarımının yedinci büyük endüstri olduğunu hatırlatıyor. Reiner, "Bu endüstri büyümeye devam ediyor. İşin enteresan tarafı ise tüm bu yüksek teknoloji ve dijital dünyayı düşünecek olursak yüksek dokunuşlar yapan, tecrübeli insanlara çok daha fazla ihtiyacımız olduğu... Türkiye ise bu konuda son derece iyi bir noktada" yorumunda bulunuyor.

ŞEFFAF VE MİNİMAL DETAYLAR ÖNE ÇIKIYOR

Dünyada ambalaj tasarım trendleri konuşulduğunda ilk olarak sadelik öne çıkıyor. Bu yaklaşımı minimalizm ve şeffaflıkla zenginleştirmek önemli. Trendlerin bir sonraki başlığı ise hem ambalajın hem de içindeki gıdanın doğal ve sürdürülebilir olması. Millennials olarak adlandırılan Y Kuşağı'nın satın alma kararlarında giderek daha büyük bir grubu oluşturduğunu gösteren araştırmalar, bu grubun ise dizayna ve tasarıma daha çok önem verdiğini ortaya koyuyor. Beğendikleri ambalajlar için daha fazla para ödemekten çekinmediklerini gösteren bu yaklaşım, tasarıma da doğallık konusunda yön veriyor. Ayrıca dijitalleşme çağında pek çok tüketici satın aldığı ürünlerle çevrimiçi entegre olmak istiyor.

AMBALAJ TÜKETİMİ, ÜLKELERİN REFAH DÜZEYLERİ İLE ÖLÇÜLÜYOR

Yurt dışı seyahatleriniz sırasında marketlere girme merakınız varsa, tasarımlarıyla öne çıkan, dikkatinizi çeken pek çok ambalajla karşılaşmanız mümkün. Bu seyahat rotanız Japonya ise raflarda yüzlerce farklı tasarımlı ambalajla karşılaşmanız mümkün. Ambalaj tasarımında başarılı çalışmalar gerçekleştiren Orhan Irmak Tasarım'ın kurucusu Orhan Irmak ile bu düşüncemizi paylaştığımızda, bu durumu şöyle açıklıyor: "Japonya, ambalaj tasarımında ilk sırada yer alırken kişi başına düşen ambalaj tüketiminin de en çok olduğu ülkelerin başında geliyor. İnanılmaz bir şekilde bu ambalajları ayrıştırarak geri dönüşümünü sağlıyorlar. Çünkü bu bir döngü... Ambalaj tüketimi arttıkça bu konudaki hassasiyetlerin de netleşmesi gerekiyor. Mesela henüz Türkiye'de evlerde ayrım yapılmıyor. Japonya'da ise kaldığım evde 7 ayrı çöp kutusu vardı. Sadece kağıt, plastik, evsel atık değil; meyveden sigara izmaritine kadar ciddi bir ayrışım söz konusu."

> ORHAN IRMAK: "JAPONYA AMBALAJ TASARIMINDA İLK SIRADA YER ALIRKEN KİŞİ BAŞINA DÜŞEN AMBALAJ TÜKETİMİNİN DE EN ÇOK OLDUĞU ÜLKELERİN BAŞINDA YER ALIYOR. İNANILMAZ BİR ŞEKİLDE BU AMBALAJLARI AYRIŞTIRARAK GERİ DÖNÜŞÜMÜNÜ SAĞLIYORLAR. ÇÜNKÜ BU BİR DÖNGÜ..."

"TÜRKİYE, AVRUPA AMBALAJ İHTİYACININ YÜZDE 10'UNU KARŞILIYOR"

Türk ambalaj sanayisi, dünyada 16'ncı, Avrupa'da ise 6'ncı sırada yer alıyor. Avrupa'nın ambalaj ihtiyacının sadece yüzde 10'unu karşıladıklarını ifade eden Ambalaj Sanayicileri Derneği, bu oranı yükseltmek üzere pek çok çalışma gerçekleştiriyor. Bu çalışmaların başında da tasarım yarışmaları bulunuyor. Ambalaj Sanayicileri Derneği Başkanı Zeki Sarıbekir, "Ürününüz ne kadar yenilikçi, faydalı, çevreci, benzerlerinden farklıysa o kadar çok ilgi çekiyor, talep görüyor. Bu çerçeveden baktığımızda Ar-Ge ve tasarımın ne kadar önemli olduğunu bir kez daha anlıyoruz" diyor.

ESNEK AMBALAJIN FAYDALARI

Ambalaj tasarımı dünyası, bir yandan da esnek pakete doğru yol alıyor. Peki, esnek paket nedir? Paketin herhangi bir tarafı kolayca şekil değiştiriyorsa ona esnek paketleme deniyor. Genelde kese kağıdı, ambalaj kağıdı gibi şekilli olabiliyor.

- Esnek ambalaj endüstrisi, dünyada 79 bin kişiyi istihdam ediyor.
- İngiltere'de esnek ambalaj pazarı 2013'te 1.5 milyar Euro büyüklüğe ulaştı.
- Esnek ambalaj küresel tüketiminin 2018'de 231 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor.
- Araştırmaya göre, ABD'nin esnek ambalaj talebinin 2019 yılında 20.4 dolara ulaşması bekleniyor.
- Esnek ambalaj kullanan markalar, yıllık satışlarını yarıdan fazla bir oranda artırıyor.
- Tüketiciler yüzde 71 esnek ambalaj tercih ediyor.
- Esnek ambalaj, maliyetlerde yüzde 49 azalma sağlıyor.
- Esnek ambalaj kullanımı yüzde 85 daha az CO_2 emisyonu sağlıyor.
- Katı atıklarda ise yüzde 66 azalma gözlemleniyor.
- Nakliye için daha az yakıt gerekli olduğundan yüzde 88 daha az fosil yakıt kullanılıyor.

Kaynak: Flexible Packaging Facts- Figures

"TASARIMLARIMIZDA 'WOW' ETKİSİNİ GÖZETİYORUZ"

MARKET RAFLARI ARASINDA DOLAŞIRKEN ÖNCELİK, İHTİYAÇLAR OLURKEN BİR DE GÖZE TAKILAN PAKETLER VARDIR. DAHA ÖNCE GÖRMEDİĞİNİZ, ELİNİZE ALDIĞINIZDA HOŞUNUZA GİDEN, İÇİNDEKİNİ HIZLICA İNCELEDİĞİNİZ VE 'WOW' DEDİRTEN AMBALAJLAR... İŞTE BU ETKİYİ TÜKETİCİYE DENEYİMLETEN BİR TASARIM OFİSİNDEN BAHSEDECEĞİZ; ORHAN IRMAK TASARIM. KURULDUĞU GÜNDEN İTİBAREN HEM GLOBAL HEM DE LOKAL ANLAMDA ÇALIŞMALAR YAPAN VE TÜRKİYE'DEKİ AMBALAJ TASARIMI SEKTÖRÜNÜ DE GELİŞTİREN TASARIM OFİSİ, ULUSLARARASI İŞ BİRLİKLERİ İLE DÜNYADAKİ TRENDLERİ YAKINDAN TAKİP EDİYOR. TASARIM OFİSİNİN BAŞINDAKİ ORHAN IRMAK İLE AMBALAJ TASARIMINA YÖNELİK İNOVATİF GELİŞMELER HAKKINDA KONUŞTUK

Göksu'da bahçe içindeki binanın kapısından içeri girdiğinizde, detaylara özen gösterilmiş bir dekorasyonla hazırlanan tasarım ofisinin pozitif enerjisini hissediyorsunuz. Çalışma ve sosyal ortamların iç içe geçtiği iki katlı ikiz villada çalışan 18 kişilik ekip, hem uluslararası hem de lokal gıda markalarının paket tasarımlarını yapıyor. Ekibin başında ise ambalaj tasarımı konusunda kendisini geliştiren Orhan Irmak yer alıyor. ODTÜ Endüstri Ürünleri Bölümü'nü 2000 yılında tamamlayan Orhan Irmak, birkaç profesyonel deneyimin ardından ambalaj tasarımı ile buluşuyor. Ağabeyi Gökhan Irmak'la beraber Irmak Tasarımı'nı kurarak hedeflerini de ambalaj tasarımı olarak belirliyorlar. Orhan Irmak, "Çünkü Türkiye'de bu anlamda hizmet veren çok fazla yaratıcı sektör yoktu. Küçük veya bireysel girişimler vardı. Bunun konunun çözümü ise matbaa veya serbest grafikerlerden bekleniyordu. Ama ambalajı 360 derece ele alan bir hizmet anlayışı yoktu. Biz de bu alana girmeye karar karar verdik" diyor. Türkiye ve dünyadaki ambalaj tasarım trendlerini, mesleki gelişmeleri ve Orhan Irmak Tasarım'ın projelerini Orhan Irmak'tan dinliyoruz...

ORHAN IRMAK TASARIM KURUCUSU ORHAN IRMAK

"TÜRKİYE'DE KİŞİ BAŞI YILLIK AMBALAJ TÜKETİMİ, 100-150 DOLAR ARASINDA. BU DURUM KUZEY AVRUPA ÜLKELERİNDE 450 DOLARA KADAR ÇIKIYOR"

Bir açıklamanızda, 'Türkiye'de bir ürün üretiliyor ama ambalaj en son akla geliyor' diyorsunuz... Bu noktada firmalara kendinizi nasıl anlattınız?

Önceleri biraz zorlandık. Markalar veya firma sahipleri özellikle yabancı ürünlerin Türkiye'ye gelmesiyle beraber raflardaki değişimi ve kendi eksik yönlerini görmeye başladı. Ancak bunu nerede ve nasıl çözeceği biraz bulanıktı... Biz de bu durumu netleştirmeye çalıştık. Çözümün, doğru ambalaj tasarımı hizmeti satın almak olduğunu vurguladık. Doktora eğitimimi, Türkiye'de ambalaj tasarımının gelişimi üzerinde yaptım. Katıldığım panel, konferans ve yarışmalarda da bunu görünür kılmaya çalıştık. 'Ambalaj tasarımı uzmanlık isteyen bir alandır, bu alanın uzmanlarıyla yolunuzun kesişmeli ki sizin de ambalajlarınız o beğendiğiniz ambalajlar gibi olsun' mesajını verdik... Bir yandan hizmetimizi sunarken diğer yandan da kendimizi geliştirmeye çalıştık. Bizden önce bu alanda örnek alabileceğimiz kurumsallaşmış Türk tasarım ofisleri yoktu. Dolayısıyla yurt

POLAT REZİDANS'TA
YATIRIMIN FORMÜLÜ: 1 + HER ŞEY

Piyalepaşa İstanbul'un içinde yer alan Polat Rezidans, sadece yeni nesil bir yaşam kurmakla kalmıyor, sahip olduğu özel alanlarla ve merkezi lokasyonuyla bir evden daha fazlasını isteyenler için benzersiz bir yaşam alanı da sunuyor.

İstanbul'un en eski ve tarihi semtlerinden Piyalepaşa'da, yeni bir yaşam inşa etme hayaliyle gece gündüz durmadan çalışıldı. Modern mimari anlayış ve özgün yaşam alanlarıyla gayrimenkul sektöründe fark yaratan Polat, 82 dönüm arazi üstünde, 4 milyar TL'lik yatırım değeri ile Türkiye'nin en büyük kentsel dönüşüm projelerinden biri olan Piyalepaşa İstanbul'la Türkiye'nin En İyi Karma Konut Ödülü'nün de sahibi oldu. Çevre tahribatına yol açmayan, enerji ve su tasarrufu sağlayan Yeşil Bina özellikli Piyalepaşa İstanbul, mahalle bazında Türkiye'deki ilk LEED sertifikalı projelerden biri olacak.

İlk etap teslimleri başlayan Piyalepaşa İstanbul'da, 1+1'den 4+1'e kadar değişen farklı büyüklük ve tipte 760 konut ve 1+0'dan 2+1'e kadar olan 190 rezidans daire bulunuyor. Merkezi lokasyonuyla ise tıpkı bugün olduğu gibi gelecekte de Beyoğlu'nu önemli bir yaşam ve yatırım merkezi haline getirecek.

AVANTAJLI YATIRIM FIRSATI!

Polat Rezidans, kişiye özel ödeme seçenekleriyle birlikte sizlere 15 Ağustos'a kadar geçerli 120 ay %0,98 faiz oranı sunuyor. Üstelik, kentsel dönüşüm projesi olmasının da ayrıcalığını kullanarak %1 KDV avantajı sağlıyor.

1+0'A SIĞAMAM DEMEYİN!

Yaşam alanınızın dairenizle sınırlı olmadığı Polat Rezidans'ta dilediğiniz zaman faydalanabileceğiniz ve hayatınızı istediğiniz gibi genişleteceğiniz ortak alanlara da sahipsiniz.

Arkadaşlarınızla keyifli vakit geçirmek istediğinizde **Eğlence Odası,** yemekli davetlerinizde **Davet Odası,** şarkı söylemek istediğinizde **Karaoke Odası,** vizyondaki filmleri takip etmek istediğinizde **Sinema Odası,** arkadaşlarınızla konsol oyunları oynayabileceğiniz **Oyun Odası,** şehrin koşturmacasını üstünüzden atacağınız **Motivasyon Odası,** forma girmek istediğinizde **Spor Odası,** toplantılarınız için **Toplantı Odası,** biraz ara vermek istediğinizde ise **Dinlenme Odası** sizleri bekliyor.

Sinema Odası

Toplantı Odası

Oyun Odası

Spor Odası

ŞEHRİN İÇİNDEKİ SON STÜDYO DAİRELER

Özellikle mobilyalı 1+0 daireleriyle öne çıkan Polat Rezidans'ta, 1+0, 1+1 ve 2+1'den oluşan toplam 190 daire bulunuyor.

ULAŞIMI DA KOLAY!

Piyalepaşa İstanbul'un içinde yer alan Polat Rezidans, İstanbul'un kalbi olan Beyoğlu İstiklal Caddesi'ne, Karaköy, Kabataş, Nişantaşı ve Beşiktaş gibi şehrin cazibe merkezlerine sadece birkaç dakikalık mesafede.

POLAT REZİDANS
PİYALEPAŞA İSTANBUL

dışındaki ofisleri araştırmaya başladık. Bunu yaparken bu arada global ambalaj tasarımı ofislerinin şubeleşmesi söz konusuydu. Yani onların geldikleri nokta, çok daha ilerdeydi. İşin ilginç yanı kendimizi Türkiye'deki markalara, firmalara tanıtmaya çalışırken yolumuz yabancı firmalarla kesişti. Çünkü global firmalarda ambalaj tasarımı konusu çok fazla tanımlı bir alan. Bir ülkeye yatırım yaptıklarında o ülkede de ambalaj tasarımı alanında bir partner arıyor. Kendimizi anlatma, gösterme ve kurumsallaşma çabamızın yanı sıra global firmalarla da iş birliğine girdik. Bugün de daha çok global firmalara hizmet veriyoruz. Orada edindiğimiz bilgi ve tecrübeyi Türk markalarına aktarmak da bizim için ayrı bir övünç kaynağı.

Hangi ülkeler bu konuda başarılı ve trend yaratıyor?

Trendleri izlediğimiz yerler gelişmiş ülkeler; İngiltere, ABD, Avrupa ve Japonya. Aslında tüketimin ve pazarlama iletişiminin yüksek olduğu yerler ve açıkçası çok uluslu firmaların da merkezlerinin olduğu yerler. Dolayısıyla stratejilerin belirlendiği yerler. Mesela kişi başına ambalaj tüketimi bile bunun bir göstergesi. Türkiye'de kişi başı yıllık ambalaj tüketimi, 100-150 dolar arası iken bu rakam Kuzey Avrupa ülkelerinde 450 dolara kadar çıkıyor. İnsanların ambalaja ödediği para daha fazla. Dolayısıyla markaların ambalaj tasarımına ayırdığı bütçe de daha fazla oluyor. Bunların hepsi birbirini tetikleyen detaylar. İngiltere, teknik ve organik ürünlerde Almanya, pazarlamanın merkezi olan Amerika en çok takip ettiğimiz ülkeler.

GLOBAL LOCAL BRANDING LINE ÜYESİ

Bu noktada yurt dışı iş birlikleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Şirket olarak Global Local Branding Line'a üyeyiz. Bu üyelik de bizi besleyen bir buluşma. Orhan Irmak Tasarım markasını kurumsal olarak geliştirmeye başladığımız noktada çok uluslu firmalarla yolumuz kesişirken tasarım da ihraç etmeye başladık. Azerbaycan, Suriye ve Mısır gibi çevre ülkelere ambalaj tasarımı hizmeti satmaya başladık. Ağabeyimle başka bir ülkede ofis mi açacağız diye düşünürken

"ORHAN IRMAK TASARIM MARKASINI KURUMSAL OLARAK GELİŞTİRMEYE BAŞLADIĞIMIZ NOKTADA ÇOKULUSLU FİRMALARLA YOLUMUZ KESİŞİRKEN AZERBAYCAN, SURİYE VE MISIR GİBİ ÇEVRE ÜLKELERE AMBALAJ TASARIMI DA İHRAÇ ETMEYE BAŞLADIK"

Almanya'daki partnerimiz ziyaretimize geldi ve birlik projesinden bahsetti. Böylece dünyada bizim gibi yedi ambalaj tasarımı ofisi bir araya geldi. Biz, İstanbul'dan Türkiye ve Orta Doğu'yu temsil ederken Berlin, New York, Johannesburg, Sao Paulo, Şangay ve Moskova ofisleri oluşturuldu. Aslında çok uluslu firmaların özellikle kendilerine hedef pazar aldığı alanlardan özel seçilmiş 7 ambalaj tasarımı ofisiyle bir birlik oluşturduk. Altı ayda bir, bir araya gelerek trendleri paylaşıyoruz. Mesela Türkiye'de bir konudaki trend, Johannesburg için ilginç olabiliyor. Veya Çin'deki dijital satın alma trendleri bizim için beş yıl sonrasına dair fikir verebilirken Almanya'da endüstriyel tasarım odaklı yenilikler, Güney Amerika'ya örnek olabiliyor. Beraber projeler de üretiyoruz. Bu da bize hem öğrenme hem de kendimizi geliştirme fırsatı veriyor.

Gençlerin bu mesleğe yaklaşımı nasıl?

Ambalaj tasarımına her geçen gün talep yükseliyor. Üniversitelerin kariyer günlerine çağırıyorlar. Çünkü tasarım eğitimi de

ORHAN IRMAK TASARIM OFİSİNDEN BAHSEDELİM. BURADA KAÇ KİŞİLİK BİR EKİP YER ALIYOR? HANGİ DİSİPLİNLERİ BİR ARAYA GETİRDİNİZ?

Ambalaj tasarımı, doğası gereği endüstriyel tasarımla, grafik tasarımla, fotoğraf, illüstrasyon ve baskı dosyası hazırlığı gibi birkaç farklı alandan oluşuyor. Biz de bu disiplinler altında 18 kişilik bir ekibiz. Üç endüstriyel, 6 grafik tasarımcısının yanı sıra baskı hazırlık uzmanı yer alıyor. Bu sayı, açıkçası sadece Türkiye için değil, Avrupa için bile orta ölçekte büyük denebilecek bir rakam. Türkiye'deki tasarım ofislerine bakıldığında 2-3 kişiden oluşuyor. Biz bunu biraz daha değiştirmeye çalıştık burada en büyük avantajımız ise bir ortağın tasarımcı, diğer ortağın ise işletmeci olması... Ağabeyimin bakış açısı daha farklı, biz tasarımcılar daha naif bakıyoruz. İş yapma şartlarında daha gerçekçi bir bakış gerekiyor. Ayrıca düzenli stajyerlerimiz de oluyor.

"TRENDLER DEĞİŞİRKEN TÜKETİCİ DE DEĞİŞİYOR. DOLAYISIYLA MARKALAR İÇİN AMBALAJ TASARIMI BİTMEYEN BİR SÜREÇ. BİR DE YENİ ÜRÜNLERİN YANI SIRA YENİLENEN AMBALAJLAR DA YENİLİK BEKLENTİSİNİ KARŞILAYABİLİYOR. ÖZELLİKLE KRİZ DÖNEMLERİNDE ÜRÜNDE UFAK DEĞİŞİKLİKLER YAPILARAK TÜKETİCİYE SUNULUYOR"

eskisi gibi değil. Yani endüstriyel tasarım okuyorsan ya mobilya ya da beyaz eşya tasarlayacaksın yaklaşımından uzaklaşılıyor. Tasarımın çerçevesi çok genişledi. Artık tasarım bölümünden mezun olmak genel bir eğitim almak anlamına geliyor. Hangi alanda uzmanlaşacağınız size kalıyor. Ambalaj tasarımı da bunlardan biri. Grafiği, ürünü ve marka iletişimi ile oldukça renkli bir alan. Tasarladığınız bir ürünü yaklaşık 4-5 ay sonra raflarda görebiliyorsunuz. Uzun süre de orada kalıyor...

"3-5 YIL SONRASINI DA TAHMİN ETMELİYİZ"

Bir projeye başlarken nasıl bir hazırlık aşaması bulunuyor?

Ambalaj tasarımında değişmeyen bazı kurallar var. Öncelikle net bir brif ile başlamak zorundayız; Proje nedir? Marka özellikleri nedir? Markanın üründen beklentisi nedir? Hedef tüketici kimdir? O tüketiciye bu ürünle neler vaat ediliyor? İletişim hiyerarşisini nasıl kurmak istiyor? gibi... Biz de ilk önce global ölçekte raf araştırması yapıyoruz. Bu markanın çıkartacağı ürünün o kategorideki diğer oyuncular kimler? Ne tür stratejileri var? O alandaki trendler neler? Çünkü yapacağınız ambalaj altı ay sonra çıkacak ve yaklaşık 3 ila 5 yıl rafta kalacak. Dolayısıyla 3-5 yıl sonrasını da biraz tahmin etmemiz gerekiyor. Markanın hitap ettiği kitle nelerden hoşlanıyor, neleri takip ediyor? Bütün bunlarla berber araştırma yaparak strateji belirliyoruz. Tek bir çözümle gitmiyoruz. Bizden beklentileri karşılayan ve hatta o beklentileri kimi zaman esneten alternatifler sunuyoruz. Yani radikal ve bizim önerilerimizi de içeren alternatifler de oluyor. Paylaştığımız marka ekibi, bir tasarımı seçiyor. Seçilen tasarımı detaylandırıyoruz. Ambalaj dediğimiz şey sadece bir önyüz değil. Onun açık hali, bıçak izleri ve kalıbı, zorunlu yasal metinleriyle detaylandırıyoruz. Onları da uygulayıp üreticiye teslim ediyor ve üretim aşamasını kontrol ediyoruz. Projenin başlangıcından itibaren 3 ila 6 ayda ambalajı rafta görebiliyoruz.

Bir marka ne kadar sürede ambalaj ya da logo değiştirmeli?

Tüketici, devamlı yenilik bekliyor. Bu sadece markanın kararı olmayabiliyor. Trendler değişirken tüketici de değişiyor. Dolayısıyla markalar için ambalaj tasarımı bitmeyen bir süreç. Bir de yeni ürünlerin yanı sıra yenilenen ambalajla, yenilik beklentisini karşılayabiliyor. Özellikle kriz dönemlerinde, üründe ufak değişiklikler yapılarak tüketiciye sunuluyor. Strüktürel (yapısal) tasarım dediğimiz, örneğin şişe veya kutunun değişimi biraz zor. Kalıp üretimi, dolum bandındaki ayarlamalar olduğu için zor. Bu tarz bir ürün ise 4 ila 5 yılda bir değişebilir. Ama o marka her yıl yeni bir varyant ekleyebilir veya 2 yılda bir bütün tasarımını değiştirebilir. Beş yıl sonra da daha radikal olarak şişesini değiştirmesi gerekiyor.

"DÜRÜST TASARIMLARA DOĞRU GİDİYORUZ"

Dünyada ambalaj tasarımından önce ambalaj üretiminde hangi malzemeler öne çıkıyor? Buna göre dünyadaki trendleri özetler misiniz?

Dünyada takip ettiğimiz birkaç trend var; biri doğallık. İnsanlar artık aldığı üründe ne olduğuna ve ne olmadığına çok ciddi bakıyor. Biz de nelerin olduğunu yazarken ne olmadığını da yazıyoruz. Mesela 'Şeker yoktur', 'Katkı maddesi içermez', 'Glüten free' gibi. Çünkü insanların farklı hassasiyetleri de oluşmaya başladı. Eskiden albenisi yüksek ürün tasarlamak ana hedefken bu kriterleri karşılayan ama tüketicinin hassasiyetlerine cevap veren, kuralları konmuş bir tasarım daha fazla öne çıkıyor. Dolayısıyla ambalaj tasarımlarında, biraz

"ESKİDEN BİRAZ DAHA ALBENİSİ YÜKSEK ÜRÜN TASARLAMAK ANA HEDEFKEN BU KRİTERLERİ KARŞILAYAN AMA TÜKETİCİNİN HASSASİYETLERİNE DE CEVAP VEREN KURALLARI BELİRLEMİŞ BİR TASARIM DAHA FAZLA ÖNE ÇIKIYOR. DOLAYISIYLA AMBALAJ TASARIMLARINDA BİRAZ DAHA DÜRÜST TASARIMLARA DOĞRU GİDİYORUZ..."

daha dürüst tasarımlara doğru gidiyoruz. İkincisi, yeni jenerasyon dev markaları sevmiyor. Eskiden, büyük marka demek, güvenilir marka demekti. Ancak yeni nesil bu şekilde düşünmüyor. Büyük markalara kendini yakın hissetmiyor. Büyük bir kahve markasının ürününü marketten satın almak yerine, mahallesindeki kahve dükkanından almayı tercih ediyor. Yani 'big barnd'den my brand'e geçiş var. Diğer bir kriter ise kişiselleştirilebilirlik trendi. Markalar seri üretimle milyonlarca ürün yerleştirmek yerine kişinin ihtiyacına özel, kişinin kendini yakın hissedeceği ürünler tercih ediyor. Mesela Nutella, etiketlere isimler yazdı. Nike ID olarak seçilen ayakkabının rengi, derisi, tabanı, ipi gibi pek çok detayı kişiselleştirme imkanı verdi. Levi's Store'lardaki terzi, aldığınız pantolona size özel hale gelecek çözümler sunuyor. Bu üç kriter, bir üst seviyeye çıkacak trendlerin başında yer alıyor.

Ambalajlarda kullanılan malzemeler de değişiyor. Mesela dokunulduğunda his veren paketler görüyoruz raflarda...

Eskiden ambalajların pırıl pırıl olması istenirdi. Bugün ise en çok mat ambalaj kullanıyoruz. Mat boya, mat doku... Çünkü eski ham kağıt hissini aldığında tüketici, içindeki ürünün de işlenmemiş, ham, doğal olduğuna inanıyor. Dokunma hissi ve görsellikle aldığı mesajı içindeki ürüne atfediyor. 'Şişemiz yüzde 65 bitki bazlı plastikten üretilmiştir' ibaresi tüketiciye iletilmek istenen bir mesaj. Tüketici de bunu görmek istiyor. Böylece markalar çevre duyarlılıklarını tüketiciye ulaştırıyor. Mesela Life by Fakir'in BİM için ürettiği ve satıldığı deterjana ambalaj yaptık. Deterjan, çevre konusunda en tartışmalı alanlardan ancak çevreye duyarlı bu ürünün ambalajındaki mürekkep dahil çevreye verdiği zararı gözeterek bir baskı tekniği ve malzeme tercih edildi.

Bir ambalaja baktığımızda; 'Bu, Orhan Irmak Tasarımı' dedirten detay var mı?

Bizim için doğru proje; çalıştığımız marka için, o markanın tüketicisi için ve bizim için doğru olmalıdır. Bu üç ayak karşılanmalı. Tasarımı sanattan ayıran bir nokta aslında. Sanatta, bireysel yorum ön plandadır. Tasarımda ise çalıştığınız, hizmet verdiğiniz marka ön plandadır. Biz ise her zaman 'wow' etkisini gözetiyoruz. Tüketici şaşırmalı, ürünü görüp 'bu yeni bir şey' diyerek eline alıp inceliyorsa çok büyük bir ihtimalle o ürün alışveriş arabasına girer. Dolayısıyla bu etkiyi çok önemsiyoruz. Bunun için de global araştırmayı çok iyi yapmaya çalışıyoruz.

Hangi markalarla çalışıyorsunuz?

Unilever'in Knorr ve Calve gibi gıda ve deterjan markalarıyla, Mondelez'in Milka, Tobleron, First gibi markalarıyla Colgate, Palmolive, Hacı Şakir'le çalışıyoruz. Yerli firmalar arasında Pınar, Tadım, SuperFresh, Ülker yer alırken gıda dışında ise Penti ile uzun zamandır çalışıyoruz. Taç, Linens, Pierre Cardin gibi ev tekstili gibi markaları da çalıştığımız isimler... Korkmaz mutfak eşyaları gibi farklı sektörlerle de çalışıyoruz.

2018'deki projeler neler oldu?

Bu yılın en önemli projesi Johannesburg'da gerçekleşen GLBA toplantısıydı. İkinci olarak Boston'a gittik ve burada dünyanın en büyük ambalaj tasarımı konferansını izledik. Üçüncü olarak da yıl sonuna doğru GLBA'nın ikinci toplantısı için Şangay'a gideceğiz. Orada da tüketici davranışları ve ambalaj trendlerine yönelik bir konferans düzenleyeceğiz. Stratejik olarak biraz daha yurt dışıyla hizmet geliştirmeyi planlıyoruz.

Kendinizi nasıl geliştiriyorsunuz?

En çok seyahatler. Öğrenciyken Avustralya'ya gittim. Halen yeni ve ilginç şehirlere gitmek hoşuma gidiyor. Çünkü oralarda daha çok otantik şeyler görmek olası... Farklı insanlarla tanışmayı önemiyorum. Öğrencilere de şunu söylüyorum; bir iş kurarken veya bir arkadaş çevresi oluştururken bunu sadece kendiniz gibi tasarımcılarla yapmayın. Dünyada büyük bir zenginlik var. Operacı arkadaşınız da olsun, sizden politik anlamda zıt bir arkadaşınız da... Bunun çok besleyici olduğuna inanıyorum çünkü bu çeşitliliği görünce üretim de artıyor ve zenginleşiyor.

BURASI, DENEYİMLERİNİZİ PAYLAŞTIĞINIZ BİR OKUL GİBİ... ÜNİVERSİTELERLE DE İŞ BİRLİĞİNİZ VAR MI?

Ambalaj Sanayicileri Derneği, Türkiye'deki ambalaj tasarımının gelişimi üzerine olan doktora tezimi kitap haline getirdi. Bir bilgi üretiyorsanız onu yaymak da göreviniz. Onu erişilebilir kılmak önemli. Sosyal sorumluluk projeleri ve üniversitelerle iş birliği yapmayı önemsiyorum. Üniversitelere giderek ambalaj tasarımı konusunda konuşurken bağımsız bir şey yapmak isteyenlerin de girişimci ruhlarını desteklemek gerekiyor. Ben mezun olduğumda tek kariyer hedefim, bir şirkette tasarımcı olmaktı. Böyle bir heyecanım ve cesaretim de yoktu. Onlarda da olmayabilir ama başarılı olabilirler. Doğru örneklerle cesaretlendirilmeliler diye düşünüyorum. Gökhan Irmak'la beraber nasıl kurduk ve hangi adımlarla ilerledik paylaşıyorum. Ambalaj tasarımı nasıl bir alan bilgilendirmeye çalışıyorum. Sosyal sorumluluk projesi kapsamında ise Young Guru Academy'nin geliştirdiği görme engelliler için katlanabilir akıllı baston projesinde yer aldık. Logo ve kurumsal kimliklerini hazırladık. Dünyada ses getiren bir proje oldu. Çalıştığımız bir firma, Baksı Müzesi için bir koku üretti. Biz de ambalajını tasarladık. Müze mağazasında satılıyor. Birikimimizi paylaşmanın bir başka yolu da bu çalışmalar... Bu tip çalışmalar, ekibimizin de hoşuna gidiyor. Daha özgür ve duygusal yaklaşabiliyorlar.

Audi Teknoloji ile bir adım önde
Yeni Audi A6.
Şimdi zaman, sizin zamanınız.
Gelişmiş teknolojileriyle size zaman kazandırmak için
yaratılan Yeni Audi A6 ile zaman
şimdi sizin kontrolünüzde.
Audi, çok daha fazlası.
34 AVK 34
Avek
TEM Otoyolu Tekstilkent Girişi Giyimkent Cad. No: 2 Esenler/İstanbul
Tel: (212) 440 25 50
Avek bir Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. yetkili satıcısıdır.
Yeni Audi A6 3.0 TDI motor seçeneğinin ortalama CO_2 emisyonu 142-150 g/km,
ortalama yakıt tüketimi 5,5-5,8 l/100 km değerleri arasındadır.

2018 HEDEFİ, 23 MİLYAR DOLAR PAZAR BÜYÜKLÜĞÜNE ULAŞMAK

TÜRKİYE AMBALAJ SEKTÖRÜNÜ TEMSİL EDEN AMBALAJ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ, HEM SANAYİ HEM DE TASARIM ALANLARINDA SEKTÖRÜN GELİŞMESİNİ DESTLEYEN ÇALIŞMALAR GERÇEKLEŞTİRİYOR. YENİLİKÇİ, İNOVATİF VE ÇEVRECİ ÜRETİM İÇİN GELİŞMELERİ SEKTÖR ADINA TAKİP EDEN DERNEK, AMBALAJ TASARIMININ GELİŞMESİ İÇİN İKİ YARIŞMA DÜZENLİYOR: AMBALAJ AY YILDIZLARI VE AMBALAJ TASARIMI ULUSAL ÖĞRENCİ YARIŞMASI...

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD), yürüttüğü çalışmalarla bir yandan dış ticaret fazlası, cari açığa olumlu etki yaparken diğer yandan da rekabet gücünü artırarak uluslararası pazarlardan aldığı payı büyütüyor. Türkiye ambalaj sektörü, dünyada 16, Avrupa'da ise 6'ncı sırada yer alıyor. Avrupa'nın ambalaj ihtiyacının sadece yüzde 10'unu karşıladıklarını ifade eden Ambalaj Sanayicileri Derneği Başkanı Zeki Sarıbekir, bu oranın artırılması gerektiğini vurguluyor. Sarıbekir, "2018 yılında bu anlamda Avrupa pazarındaki gücümüzü artırmak için çalışmalarımızı sürdürerek yenilikçi ürünlerle Türkiye ambalaj sektörünün gücünü ortaya koyacağız. Ayrıca gerek sektörün gelişmesine gerekse ülkemiz ekonomisine katkı sağlaması amacıyla ambalajlı ürün tüketimi konusunda bilinçlendirme çalışmalarımıza da devam edeceğiz. Bunun yanı sıra sektörümüzün sürdürülebilir büyümesi için hammadde konusunda dışa bağımlılığın önüne geçecek girişimlerde bulunacağız" diyor.

TASARIMIN GELİŞMESİNİ HEDEFLEYEN YARIŞMALAR

Sektörün aslında dünyadaki üreticilerle yarışabilecek gelişmiş bir teknolojiye, altyapı ve yetkinliğe sahip olduğunun altını çizen Zeki Sarıbekir, üretilen ürünün inovatif ve katma değerli olması gerektiğine de dikkat çekiyor. Bu noktada tasarımın önemini hatırlatan Sarıbekir, "Ürününüz ne kadar yenilikçi, faydalı, çevreci, benzerlerinden farklıysa o kadar çok ilgi çekiyor, talep görüyor. Bu çerçeveden baktığımızda Ar-Ge ve tasarımın ne kadar önemli olduğunu bir kez daha anlıyoruz" diye konuşuyor. Bu bilinçle derneğin düzenlediği ve ambalaj üreticileri, tedarikçileri, ambalaj tasarımcıları ile ürünlerini piyasaya süren marka sahiplerinin katıldığı, bu yıl 12 Ekim'de 8'incisi gerçekleşecek Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması Ödül Töreni'nde, dünya çapında sektöre damga vuran özgün ambalaj tasarımları, farklı ve yenilikçi ambalaj uygulamaları ödüllendirilecek. Zeki Sarıbekir, "Bundan 9 yıl önce Ambalaj Ay Yıldızları yarışmasını oluştururken marka sahiplerine, tasarımcılara ve ambalaj üreticilerine uluslararası pazarlarda rekabet gücü kazandırmayı amaçlamıştık. Kendimizi sürekli geliştirirken sektörümüzün konumunu tüm dünyaya göstermemiz gerekiyor. Ürünlere katma değer yaratan ambalajın önemini doğru anlatmalıyız. Kazanan firmaların katılabildiği WorldStar ve AsiaStar uluslararası ambalaj yarışmaları sayesinde, katma değere odaklanan Türkiye ambalaj sanayisi küresel rekabette bir adım önde olacak. Türkiye ambalaj sanayinin küresel piyasalarda edilgen konumdan, yönlendirici konuma geçmesi için bu yarışmalara devam edeceğiz" diyor. ASD'nin düzenlediği bir başka yarışma ise Ambalaj Tasarımı Ulusal Öğrenci Yarışması… Tasarım eğitimi alan öğrencilerin ambalaj tasarımı alanına da yönelmelerini sağlamak hedefiyle gerçekleştirilen bu yarışma ise bu yıl 14'üncü kez yapılacak.

"AMBALAJ İHRACATI YÜZDE 8 ARTTI"

Türkiye'nin önemli bir üretici konumunda olduğunu belirten Zeki Sarıbekir, sektörü şöyle değerlendirdi: "Türkiye ambalaj

AMBALAJ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ BAŞKANI ZEKİ SARIBEKİR

"SON 15 YILDA AMBALAJ TÜKETİMİMİZ İKİ KAT ARTTI. KİŞİ BAŞI YILLIK TÜKETİMİMİZ İSE 225 DOLARI GEÇTİ"

sektörünün ihracatı geçen yıl (bir önceki yıla göre) miktar ve değer olarak yüzde 8 arttı. Yılı dış ticaret açığı vermeden tamamlayan ambalaj sektörü, 2017 yılında 787 milyon dolarlık dış ticaret fazlası verdi. 2018 hedefimiz ise komşu ülkeler, Avrupa ve Kuzey Afrika'yı da içeren bir bölgede ihracatımızı daha çok artırmak ve sektör olarak yüzde 15 büyüyerek 23 milyar dolar pazar büyüklüğüne ulaşmak. Önümüzdeki 10 yılda orta sınıfın gelişmesi, organize perakendenin yaygınlaşması, refah düzeyinin, rekabetin ve tüketici beklentilerinin artarak sektörün sağlıklı bir şekilde büyüyeceğini öngörüyorum. Son 15 yılda ambalaj tüketimimiz iki kat arttı. Kişi başı yıllık tüketimimiz 225 doları geçti. 2023'te sektör olarak üç önemli hedefimiz var: Kişi başı yıllık tüketimi 300 doların üstüne çıkarmak, 30 milyar dolarlık pazar büyüklüğüne ve 10 milyar dolarlık ihracata ulaşmak."

"BUNDAN 9 YIL ÖNCE AMBALAJ AY YILDIZLARI YARIŞMASINI OLUŞTURURKEN MARKA SAHİPLERİNE, TASARIMCILARA VE AMBALAJ ÜRETİCİLERİNE ULUSLARARASI PAZARDA REKABET GÜCÜ KAZANDIRMAYI AMAÇLAMIŞTIK. KENDİMİZİ SÜREKLİ GELİŞTİRİRKEN SEKTÖRÜMÜZÜN KONUMUNU TÜM DÜNYAYA GÖSTERMEMİZ GEREKİYOR"

"YAŞ MEYVE VE SEBZELER AMBALAJLANIYOR"

Geçtiğimiz ekim ayında yürürlüğe giren Sebze ve Meyvelerin Toptan ve Perakende Ticaretinde Uyulması Gereken Standartlara İlişkin Tebliğ'le artık yaş meyve ve sebzelerin standartlarla belirlenen şekilde ambalajlanması zorunlu hale geliyor. Ahşap, kağıt veya kağıt esaslı olarak sınıflandırılan tek kullanımlık ambalajların ise haziran ayı itibariyle kullanılması zorunlu olacak. 2019 yılında yürürlüğe girecek yeni maddelerle birlikte hasattan sonra yaş meyve ve sebzelerin standartları belirlenen plastik kasa ve karton/oluklu mukavva kutu ve benzeri taşıma amaçlı kutular yani nakliye ambalajları içerisinde satış noktalarına ulaştırılmasını zorunlu kılınıyor. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın Türk Gıda Kodeksi Gıda İle Temas Eden Madde ve Malzemelere Dair Yönetmeliği'nin 5 Nisan'da Resmi Gazete'de yayımlandığını belirten Sarıbekir, "Böylelikle aktif ve akıllı ambalajlar hayatımıza girdi. Ambalaj sektörü olarak tüm bu değişikliklere cevap verebilecek gelişmiş bir teknolojiye ve altyapıya sahibiz. İhracatımızı her geçen gün artırırken AB mevzuatıyla uyumlu bir çerçevede üretim gerçekleştiriyoruz. Ancak bu değişiklikler sektörümüzdeki Ar-Ge ve inovasyon yatırımlarını daha da artırarak sektörün gelişimine olumlu şekilde yansıyacak. Şu anda Avrupa'nın ambalaj ihtiyacının sadece yüzde 10'unu karşılıyoruz. Bu yönetmeliğin, bu oranı artırma konusunda da faydalı olacağına inanıyoruz" dedi.

AMBALAJ SEKTÖRÜNÜN BÜYÜMESİ İSO 500'E YANSIDI

Ambalaj sektörü, yapılan önemli yatırımlar ve ihracat başarıları ile büyümeye devam ediyor. Firmaların elde ettiği başarılar, İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından açıklanan İSO Birinci 500'e yansıdı. Sektörün, geçen yıl 27 firma ile temsil edildiği listede, bu yıl 29 firma yer aldı. Bu firmaların 17'si Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) üyesi. Firmaların başarılarını değerlendiren ASD Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Sarıbekir, "Ambalaj sektörünün yıllık değişimine bakıldığında; İSO ilk 500'de yer alan firmaların sayısının 27'den 29'a çıktığı; bu 29 firmanın gerçekleştirdiği üretimden satışların yaklaşık yüzde 54,48 arttığı; dönem kârlarının yüzde 19,92 azaldığı; ihracatlarının yüzde 18,73 ve çalışan sayılarının ise yaklaşık yüzde 24,66 arttığı görülüyor. Geçen yıl İSO Birinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında yer alan firmalarımızın üretimden satışları yüzde 2,9; dönem kârları yüzde 0,9; ihracatları yüzde 1,2 ve çalışan sayıları ise yüzde 1,9'unu oluşturmuştu" diye konuşuyor.

ÜRÜN GÜVENLİĞİNDE VE GÜVENİLİRLİĞİNDE YENİ BİR DÖNEM

KURULUŞU 1940'LI YILLARIN BAŞINA UZANAN DÜNYANIN ÖNEMLİ GIDA İŞLEME VE PAKETLEME ŞİRKETİ TETRA PAK, AMBALAJ TASARIMLARINA İNOVASYON ÇÖZÜMLERİ GETİRİYOR. TETRA PAK TÜRKİYE PAZARLAMA DİREKTÖRÜ VERDA TELYAZ, TÜKETİCİ BEKLENTİLERİNİN DE YENİLİKLERİ HIZLANDIRDIĞININ ALTINI ÇİZİYOR

Değişen dünyada tüketim alışkanlıkları da hızla farklılaşırken tüketiciler artık ürün ambalajlarının kolay açma, kapama, kavrama, dökme ve saklama olanağı verecek, kullanım kolaylığı sunacak şekilde tasarlanmasını bekliyor. Ambalajın, raf ömrüne ve gıdanın sağlıklı şekilde korunmasına sağladığı katkı da tüketicinin satın alma kararında önemli bir rol oynuyor. Öte yandan çevreyle ilgili endişeler de artarken insanlar artık iyi ve doğru kaynaklardan gelen ürünleri kullanmayı tercih ediyor. Bu doğrultuda ise son dönemde ambalaj malzemelerinin yenilenebilir ve sürdürülebilir kaynaklardan elde edilmesi tüketicinin önem verdiği konular arasında yer alıyor. İşte tüm bu değerlendirmeler sonucunda Tetra Pak'ın Ar-Ge ekibi, bu yeni trendleri karşılayan ürünler geliştiriyor.

YENİLENEBİLİR MALZEMELERDEN PAKET ÜRETECEK

Yeni nesil paket inovasyonları üzerine çalışırken ergonomik tasarım ve işlevsellik, geri dönüştürülebilir ve çevre dostu özellikler ve her adımda üretici ve tüketiciye değer katmayı hedefleyen çözümler geliştiren Tetra Pak'ın öncelikleri arasında, kolaylıkla açılabilen ve sıçrama olmadan boşaltmayı sağlayan yeni ve daha geniş kapakların geliştirilmesi ve paketlerinin ergonomik özelliklerinin iyileştirilmesi gibi başlıklar yer alıyor. Paketlerinin sürdürülebilir kaynaklardan üretilmesini ve doğal yöntemlerle gıda ürünlerini korumasını sağlayan Tetra Pak, Tetra Evero® Aseptic paketinde ayrılabilir üst kısımlar ve bitki bazlı kaynaklar kullanıyor. Bu da tüketicilerin üst kısımları ve karton kısımları birbirlerinden ayırarak ayrı bir şekilde geri dönüşüme vermesini sağlıyor. Tetra Pak Türkiye Pazarlama Direktörü Verda Telyaz, "Brezilya'nın en büyük petrokimya şirketi Braskem ile olan iş birliğimiz de ikinci bir örnek. Tetra Pak, global karton paket sektöründe çevre dostu polietilen kapak kullanan ilk şirket. Şeker kamışı türevlerinden üretilen bu yeni kapaklar, Tetra Pak'ın tamamen yenilenebilir malzemelerden üretilen paketleme malzemeleri sunma hedefinde yeni bir adım teşkil ediyor" diyor.

TETRA PAK TÜRKİYE PAZARLAMA DİREKTÖRÜ VERDA TELYAZ

"ŞEKER KAMIŞI TÜREVLERİNDEN ÜRETİLEN BU YENİ KAPAKLAR, TETRA PAK'IN TAMAMEN YENİLENEBİLİR MALZEMELERDEN ÜRETİLEN PAKETLEME MALZEMELERİ SUNMA HEDEFİNDE YENİ BİR ADIM TEŞKİL EDİYOR"

İNOVATİF ÜRÜN, TETRA RECART®

Taşıma, depolama ve satış faaliyetlerinde lojistik verimi artıran çözümler sunan Tetra Pak, gıda kategorisinde sunduğu inovatif ürünü Tetra Recart®, dikdörtgen şekli ve düşük ağırlığı ile taşıma ve depolama faaliyetleri sırasında ve raflarda kapladığı alan açısından bir avantaj sağlıyor. Bu noktada Tetra Pak'ın ambalaj dünyasında fark yaratacak bir projesinden de bahseden Telyaz, "Bugünün bilinçli tüketicisi eline aldığı ürünün kalorisini de sürdürülebilirlik anlamında karnesini de ambalajın üzerinde görmek istiyor. Bu yüzden artık tüketici bir ambalajı eline aldığında ve üzerindeki barkodu elindeki akıllı cihazla taradığında ürünün kaynağını, nasıl üretildiğini, hangi çiftlikten geldiğine kadar görebilmeli, o ürüne özel, o ürünün kimlik kartı diyebileceğimiz bu barkod sayesinde tarladan itibaren ürünle ilgili tüm bilgilere ulaşabilmeli. Tetra Pak olarak

böyle bir teknoloji üzerinde çalışıyoruz. Bu teknoloji, ürün güvenliğinde ve güvenilirliğinde yeni bir dönem başlatacak" diye belirtiyor.

TÜKETİM KOLAYLIĞI SUNAN PAKETLER

Modern tüketicinin ferahlama, susuzluğunu giderme, enerji alma, beslenme gibi farklı ihtiyaçlarını karşılamak için yeni ürün arayışında olduklarını belirten Telyaz, buna bağlı olarak son yıllarda katma değerli içeceklerde örneğin ekstra vitaminli, mineralli, lifli, düşük şekerli, sebze içeren yeni içecek kategorilerinde yükseliş gördüklerini belirtiyor. Günlük tempoda, dışarıda tüketime elverişli, taşıması ve içmesi kolay, doyurucu, atıştırmalık ürünler ve yeni tatlar pek çok marka için yeni fırsatlar sunuyor. Türkiye ve dünyada içecek kategorisi içinde süt, yüzde 100 meyve suyu, meyve nektarı, meyveli içecekler, su, soğuk çay, soğuk kahve, yoğurtlu içecekler ve fermente içecekler gibi pek çok sıvı ve yarı sıvı gıda ürünlerini paketleme ve işleme çözümlerine sahip Ar-Ge çalışmaları ve yeniliklerin, özellikle tüketicilere dışarıda tüketim kolaylığı sağlayan yeni porsiyon paket boylarına, içme ve dökme kolaylığı sağlayan yeni kapaklara odaklandıklarını ifade eden Verda Telyaz, "Bu tip katma değer yaratan inovasyonlar, geleneksel içeceklere yenilik katarak içecek kategorisini büyütüyor. Özellikle TPA ailesinin TPA 330sq DreamCap ve TPA 500Edge Dream Cap boyları bu kolaylıkları sağladıkları için yüksek talep görüyor" diyor.

"TETRA PAK® ARTISTRY ADIYLA GELİŞTİRDİĞİMİZ, ÇEŞİTLİ EFEKTLERLE ZENGİNLEŞTİRİLMİŞ AMBALAJ MALZEMELERİ İLE GIDA VE İÇECEK ÜRETİCİLERİNİN ÜRÜNLERİNİN GÖRÜNÜMÜNÜ CANLANDIRMAYI HEDEFLİYORUZ..."

ARTISTRY EFEKTLİ AMBALAJLA MARKALAR ÖNE ÇIKIYOR

Markalarının kalabalığın arasından sıyrılıp tüketicilere ulaşmasına yardımcı olacak uygulamalar sunmayı hedeflediklerini belirten Verda Telyaz, "Bu hedefle kısa süre önce yiyecek ve içecek üreticilerinin ürünlerine daha canlı bir görünüm ve his katmalarına yardımcı olmak amacıyla Tetra Pak® Artistry efektli ambalaj serimizi pazara sunduk. Tetra Pak® Artistry adıyla geliştirdiğimiz, çeşitli efektlerle zenginleştirilmiş ambalaj malzemeleri ile gıda ve içecek üreticilerinin ürünlerinin görünümünü canlandırmayı hedefliyoruz. Bu seri, ambalaja holografik efekt katan Tetra Pak® Reflect, metalik efekt yaratan Tetra Pak® Metallized ve ambalaja ağaç lifli yalın kartonun doğal görünümünü veren Tetra Pak® Craft efektlerini içeriyor. Yeni holografik, metalik ve doğal görünümlü ambalaj efektleri sayesinde üreticiler, yeni bir ambalaj formatına geçmek veya yeni ekipmanlara yatırım yapmak zorunda kalmadan, ürünlerini farklılaştırabilecek ve raflarda tüketicilerin dikkatini çekecek. Öte yandan yenilikçi bir tüketici deneyimi için, kabartmalı yüzey dokusuna sahip Tetra Pak® Sculpt gibi yeni inovasyonlar üzerinde de çalışmalarımız devam ediyor" diye anlatıyor.

"İYİ OLANI KORUR"

Çevreyi tehdit eden unsurlardan biri de gıda atıkları ve gıda atıklarında içecek ambalajları... Bu nedenle çevre ve sürdürülebilirlik, kuşkusuz ambalaj sektörünün en önemli gündem maddelerinden biri. Tetra Pak ise kullanılan ürünün sağlıklı malzemeden üretilmesinin ötesine geçerek sağlıklı materyaller üzerinde Ar-Ge çalışmaları yapıyor. Verda Telyaz, "Örneğin şeker kamışından kapak üretimi yapıyoruz. Sürdürülebilir iş yaklaşımına inanıyoruz. 'İyi olan kazanır' sloganımız, gıda ürünlerini her yerde güvenli ve kolay ulaşılır kılma vizyonumuzu yansıtıyor. Bu doğrultuda küresel çevre politikamız, üretim ve tüketimin her evresinde çevre korumayı esas alacak şekilde düzenlenmiş durumda. Tetra Pak'ın karton ambalajlarında kullanılan malzemeler çoğunlukla sürdürülebilir kaynaklardan geliyor. Ambalaj malzemelerinin yaklaşık yüzde 75'i kartondan oluşuyor. Ormanların ve çevrenin korunması yönündeki çabaların tüketicilerimiz tarafından da desteklenmesi için tüketicilerimizi FSC® (Orman Yönetim Konseyi) etiketli karton ambalajlarla buluşturuyoruz. Üretimini yaptığımız içecek kartonlarının kaynağında ayrı toplanmasına ve uygun yöntemlerle geri dönüştürülmesine katkılarımız da her yıl artarak devam ediyor" diyor.

AJINOMOTO / Ajinomoto Türkiye Pazarlama Direktörü Hülya Uçarlar

"Y KUŞAĞI, AMBALAJ TASARIMLARINI ÖNEMSİYOR"

Japonya'nın en büyük gıda şirketi Ajinomoto, Bizim Mutfak ve Kemal Kükrer markalarıyla Türk pazarına girdiğinden bu yana ürünlerinde değişim fark ediliyor. Ajinomoto Türkiye Pazarlama Direktörü Hülya Uçarlar, "Paket tasarımı, hikayesini anlatmak zorunda. Bu anlamda kısıtlı zaman ve alanda başarması gereken iş, oldukça zor. Ürünlerimizden örnek verirsek; Bizim Mutfak Bakliyatlı Çorbalar, hazır çorba kategorisini yeniden tanımlayacak yepyeni bir segment yarattı. Tane halindeki bakliyat ve tahılları en uygun harmanla karıştırarak ev yapımı çorbayı pratikleştiriyor. Orhan Irmak ile çalışarak diğer toz çorbalardan renk, doku ve mimari olarak farklı bir tasarımla raftaki yerimizi aldık. Çorba kategorisinde ilk kez şeffaf bir pencereyle içeriğinin görüldüğü doğal ve mat tonlarda bir paket tasarlandı" diyor.

"MILLENNIALS DA DENİLEN Y KUŞAĞI, SATIN ALMA KARARLARINDA GİDEREK DAHA BÜYÜK BİR GRUP OLUŞTURUYOR. BU GRUP TASARIMA ÖNEM VERİYOR VE BEĞENDİĞİ AMBALAJLAR İÇİN DAHA FAZLA ÖDEMEKTEN ÇEKİNMİYOR"

"LOGO DEĞİŞİMİ ZORLU BİR SÜREÇ"

Yeni bir yapılandırmada logo değişiminin zorlu bir süreç olduğuna dikkat çeken Hülya Uçarlar, "Çünkü tüketici tarafından yıllardır bilinen logoyu sıklıkla değiştiremezsiniz. Her aşaması ince ince çalışılıp tüketici ile test edilmesi gereken zorlu bir süreç. Ancak mevcut paket tasarımlarının iyileştirilmesi, değişen tüketici ihtiyaçları doğrultusunda her zaman yapılabilir. Nitekim logo dışında kalan paket mimarisi, renk gibi unsurlara dokunarak markanın yenilenmesini sağlamak sıklıkla başvurulan bir değişim yöntemidir. Yeni ürünlerin paket tasarımları hem kolay hem de zor aslında. Yeni fikirler deneyebilirsiniz, daha yaratıcı olabilirsiniz. Ancak bunu da ana markanın tasarımından kopmadan yapmak zorundasınız" yorumunda bulunuyor.

PINAR/ Pınar Pazarlama Müdürü Anıl Yapar

"DEĞİŞİM SÜRECİNDE TÜKETİCİ ARAŞTIRMASI YAPIYORUZ"

Ambalaj tasarımında ürünlerinkalitesi, doğallığı, saflığı ve lezzeti yansıtılırken rekabetten ayrışacak nitelikte olmasını önemsediklerini belirten Pınar Pazarlama Müdürü Anıl Yapar, tüketicinin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda değerlendirme yaparak endüstriyel veya grafik ambalaj tasarımı yatırımlarını şekillendirdiklerini anlatıyor. Yeni tasarım ve yenilenme sırasında marka kimliğini tutarlı bir şekilde yansıtmaya özen gösterdiklerini söyleyen Yapar, "Kategorilerimizin kendine has dinamikleri var. Biz de tüketicilerimizin beklentilerine paralel, dönem dönem ambalaj tasarımlarımızda değişiklik veya yenileme gerçekleştiriyoruz. Hedef kitlesi çocuk ya da genç olan daha dinamik kategorilerimizdeki ürün ambalajlarımızı sıkça yeniliyoruz. Ancak markamızla özdeşleşmiş lokomotif ürünlerimizde ambalaj ve tasarım değişikliği süreçlerimizi daha uzun tutuyor ve karar aşamasında mutlaka tüketici araştırması yapıyoruz" diyor. Tüketiciye kullanım kolaylığı sağlayacak her türlü endüstriyel ambalaj tasarım yeniliği için yatırımlarını sürdüren Pınar, sütler için yapılan kapaklı ambalaj yatırımıyla tüketiciye kullanım kolaylığı sağlıyor. Geçtiğimiz yıl Pınar Ayran ambalajı, ürünün doğallığını ve tüketicilerde yarattığı ferahlık duygusunu yansıtacak şekilde yenilendi. Kendi bünyesinde bir tasarım ekibi bulunduran Pınar, işin niteliğine ve zamanlamasına bağlı olarak kendi tasarım ekibinden destek alırken iş ortaklarıyla da tasarım sürecini yönetiyor.

PINAR, İŞİN NİTELİĞİNE VE ZAMANLAMASINA BAĞLI OLARAK KENDİ TASARIM EKİBİNDEN DESTEK ALIRKEN İŞ ORTAKLARIYLA DA TASARIM SÜRECİNİ YÖNETİYOR

TENDAY

GÖLGELENDİRME SİSTEMLERİ

45 yıllık tecrübe

ZEMİN SİSTEMLERİ • TENTE • PERGOLA
CAM SİSTEMLERİ • ASMA GERME • ŞEMSİYE SİSTEMLERİ
ZİP PERDE ve STOR • KUBBE ve GAZEBO • TENROOF

Ünalan Mahallesi, Baraj Yolu Alt Sokak,
No:18 34700 Üsküdar/İstanbul
0 216 472 31 22
www.tenday.com.tr

Tenday, bir Oğuz Metal Markasıdır.

DANONE / Hayat Su Pazarlama Direktörü Elif Kaypak

LOGODA HAYAT DÖNGÜSÜ

Danone'de yeni ambalaj projelerinin teknik sorumluluğunu, araştırma ve inovasyon takımı taşıyor. Her ülkedeki ambalaj geliştirme pozisyonlarına ek olarak Evian'da Danone Ambalaj Geliştirme Merkezi (DRPC) ve Plastik Malzeme Teknoloji Merkezi (PMTC) bulunuyor. Bu iki merkezdeki çalışanlar hem geri dönüştürülmüş plastik malzemeler, biyo-plastik malzemeler gibi yeni malzeme ve teknolojilerle ilgili uzun vadeli işlere imza atıyor hem de Türkiye gibi pazarlara teknik destek veriyor. Ambalaj projeleri belirlenirken şirket stratejilerinin temel alındığını belirten Hayat Su Pazarlama Direktörü Elif Kaypak, "Çocukları daha çok su içmeye teşvik edecek veya sporcular için ideal boyutlarda ve kolay tutulabilen su şişeleri tasarlanıyor. Kapak rengi değişikliği gibi, dışarıdan bakıldığında teknik olarak zor olmayacağı düşünülen bir değişikliğin gerisinde bile hem yereldeki hem merkezdeki ekiplerin ciddi emeği var. Yeni rengi sağlayacak malzemeler, titizlikle sorgulanıp ancak belli test süreçlerini geçtikten sonra kullanılabiliyor" diyor. Yılın başında yapılan logo değişikliğinin ise Hayat Su'yun 34 yıllık tarihi boyunca logosunda yapılan en radikal değişim olduğunu belirten Kaypak, "Bu yenilenme daha temiz, yalın bir tasarımla tüketicinin karşısına çıkma isteğinden kaynaklanıyor. Tüketicilerimizle yapılan araştırmalar sonucunda Hayat Su'yun kırmızı renginin son derece sembolik ve önemli olduğu sonucu ortaya çıktı, bu yüzden kırmızı Hayat yazısı aynen korundu. Hayatın döngüsünü anlatan su döngüsü ve kırmızı kapaklarımız da eklendiğinde yeni logo ve ambalajımız ortaya çıktı" diye anlatıyor.

"TÜKETİCİLERİMİZLE YAPILAN ARAŞTIRMALAR SONUCUNDA HAYAT SU'YUN KIRMIZI RENGİNİN SON DERECE SEMBOLİK VE ÖNEMLİ OLDUĞU SONUCU ORTAYA ÇIKTI. BU YÜZDEN KIRMIZI HAYAT YAZISI AYNEN KORUNDU..."

PEYMAN / Peyman Pazarlama Müdürü Nazlı Tandoğan

"AMBALAJ SİSTEMİMİZİN ARDINDA GÜÇLÜ BİR AR-GE VAR"

Ambalajın tasarımından malzemesine kadar birçok konuda uzmanlarla çalışırken kullanılacak malzemenin en kalitelisini seçtiklerini ifade eden Peyman Pazarlama Müdürü Nazlı Tandoğan, Peyman için ambalaj tasarımının büyük bir yatırım alanı olduğunun altını çiziyor. Peyman; Bahçeden, Nutzz, Çitliyo ve Dorleo markaları için 3 katlı ve hava geçirmeyen, dayanıklı, uluslararası kalite standartlarına uygun, özel tasarım ürünü ambalajlar kullanıyor. Marka ambalaj yatırımlarına karar verirken her pazarın tüketici beğenisine ve beklentisine uygun, kaliteli ve marka kimliğini yansıtan tasarımlar olmasına dikkat ediyor. Dorleo'yu uluslararası pazarda konumlandırdıklarını belirten Tandoğan, "Dorleo için 'paper touch' olarak adlandırılan, mat görünümlü bir malzeme seçtik, ambalaj tasarımını marka kimliğine uygun olarak doğal görsel öğelerle şekillendirdik" diyor. Kuruyemiş sektöründeki ambalajlı ürün kategorisinin hâlâ pazarın çok altında olduğunu hatırlatan Tandoğan, ambalajlı ve sağlıklı kuruyemiş alanının büyümesi için tüketicinin de bilinçlendirilmesine dikkat çekerken, "Tüketiciden bu bilinçle alışveriş yapmasını beklerken markaya düşen görev ise beklentiyi karşılayacak bir tasarım ve kalitede ambalaj üretimi yapmak olmalı. Tüketicinin nabzını tutarak, ambalaj ve ürün kalitesini en iyi seviyede buluşturan şirketler, sektörüne ve dolayısıyla ülke ekonomisine katma değer yaratan bir marka olarak öne çıkıyor" yorumunda bulunuyor.

"AMBALAJ SİSTEMİMİZDE GÜÇLÜ BİR AR-GE ÇALIŞMASI MEVCUT. GERİ DÖNÜŞÜME UYGUN, ÜRÜNÜ SAĞLIKLI KOŞULLARDA TÜKETİCİYE ULAŞTIRACAK BİR AMBALAJ TEKNOLOJİSİNE SAHİBİZ"

DİMES / Dimes Pazarlama Direktörü Duygu Süleymanoğlu

"3-4 YILDA BİR DEĞİŞİKLİĞE GİDİYORUZ"

Türkiye'nin yerli sermayeli ilk meyve suyu markası Dimes, yenilenen ambalajlarını tüketicinin beğenisine sunuyor. Ambalaj tasarımının dikkatli olunması gereken, zahmetli ve uzun bir süreç olduğunu hatırlatan Dimes Pazarlama Direktörü Duygu Süleymanoğlu, "Markanız, ete kemiğe bürünüyor, tüketicinin hayatlarına giriyor. Bu nedenle hem mutluluk verici hem de başarı odaklı bir süreç. Pazarlamanın en kritik noktalarından da biri. Tabii, nihai ürün öncesi tüketicimize de danışıyoruz. Genel beğeni, tutuş, açış, döküş kolaylığı gibi kriterleri değerlendiriyoruz. Tasarımın markamızla özleşmesini istediğimiz değerler ve hissettirmek istediğimiz sıfatlara uyumu gibi kriterlere de bakıyoruz" diye anlatıyor. Süleymanoğlu, "İkinci adımda, hem kantitatif ve kalitatif hem de nöro testler gerçekleştiriyoruz. Son kararı da tüketicimizle birlikte alıyoruz. Meyve suyu kategorisinde hem biz hem de rakiplerimiz, genellikle 3-4 yılda bir değişikliğe gidiyoruz. Çünkü hızlı tüketim ürünleri pazarlamasında, trendleri çok yakından takip etmek, hatta trendler üzerinde belirleyici olabilmek gerekiyor" diyor. Bu yılın başında ambalaj relansmanı yaptıklarını anlatan Duygu Süleymanoğlu, "Tasarımda önceliklerimiz; kategorinin ana motivasyonları olan lezzet ve çeşit bolluğunu ilk bakışta verebilmek; anlaşılmak ama ayrışmak, markanın kimliğine uygun şekilde samimi, canlı, enerjik hisleri tüketiciye geçirmek, her zaman meyveyi odağa aldığımızı göstermek ve marka ikonlarımızı korumak oldu. Logomuz 1980'lerden bu yana aynı. Logo değişimi ise çok daha önemli bir adım" diyor.

DİMES, TASARIM İÇİN REKLAMANİA, BASKI VE RENK İÇİN TEAM İSTANBUL, KREATİF ANLAMDA DA MEDİNA TURGUL DDB İLE İŞ BİRLİĞİ YAPIYOR

BETA TEA / Beta Gıda Pazarlama ve Kurumsal İletişim Müdürü Sabiha Uslu

GLOBALDE MARKALAŞMAYI HEDEFLİYOR

Beta Tea, Champion, Bayce, Howdah Brand ve farklı coğrafyalarda çalıştığı farklı markaları bulunan Beta Gıda, marka çalışmalarına yatırımlarıyla dikkat çekiyor. Beta Gıda Pazarlama ve Kurumsal İletişim Müdürü Sabiha Uslu, "Beta Tea, en yoğun beslediğimiz ve desteklediğimiz markalarımızın başında geliyor. Pazarın dinamiğine göre, çok farklı coğrafyalarda çalıştığımız için her pazarda kendine ait dinamikleri olabiliyor. Pazarın gelişimi, farklı ürünlerin pazara sürülmesi ile birlikte çok radikal değişiklikleri mümkün olduğunca geniş yıllara yayarak yapıyoruz. Ara sürelerde de ambalaj üzerinde çok fark edilmeyen ama ambalajında eskimemesini sağlayacak değişiklikler yapıyoruz" diyor. Uluslararası bir marka olmayı hedefleyen Beta Tea, marka kimliğinde de yerelleşmemeye dikkat ediyor. Uslu, "Uluslararası platformda çalışabilecek markalar için çalışıyoruz. Logo ve ambalaj yeniliklerinde de dikkat ettiğimiz bu uluslararası hedefimiz doğrultusunda ilerliyoruz" diyor. Beta Gıda bünyesinde iki grafikerin yer aldığı bir tasarım departmanı bulunuyor. Ancak burada sadece ürün bıçak yerleştirme, ana şablon üzerinde düzenlenmeler yapılıyor. Radikal değişiklikler veya yeni ürünler olacak ise mutlaka bir tasarım ofisi ile çalışılıyor. Bu seçimi yaparken markayı iyi hissedebilecek uzun zamandır emek veren iş ortaklarının olduğunu belirten Uslu, Fiends firmasının tasarımlardaki son değişimde çok emeğinin olduğunu söylüyor.

BETA GIDA, BÜNYESİNDEKİ TASARIM DEPARTMANIYLA ANA ŞABLON ÜZERİNDE DÜZENLEMELER YAPIYOR. RADİKAL DEĞİŞİMLER VEYA YENİ ÜRÜN GELİŞTİRME SIRASINDA DA MUTLAKA BİR TASARIM OFİSİ İLE ÇALIŞILIYOR

TEKSÜT / Teksüt Yönetim Kurulu Üyesi Arda Aksaray

"UZMANI TASARLAMALI"

Ambalaj tasarımının dinamik ve devamlılık arz eden bir süreç olduğunu belirten Teksüt Yönetim Kurulu Üyesi Arda Aksaray, Teksüt'ü en iyi şekilde anlatan, yön veren, tüketicisine ürünü en verimli ve doğru şekilde yansıtabilen ambalaj tasarımlarına yatırım yaptıklarını belirtiyor. İsmine bakmadan renk veya şeklinden dolayı ürün satın alan bir kesimin olduğunu belirten Aksaray, "Bu nedenle logo ve ambalaj yeniliklerinde müşteri alışkanlıkları öncelik taşıyor. Bununla birlikte ambalaj yeniliklerinde genellikle daha pratik kullanım, sağlıklı ve doğaya dost ambalaj seçimi gibi konulara dikkat ediliyor. Maliyet ise önemli bir etken. Ürünün maliyetini, dolayısıyla da son kullanıcı fiyatını yukarıya çekmeyecek ve tüketiciyi de ürünü almaya teşvik edecek inovatif ambalajlar firmalar tarafından giderek daha çok tercih ediliyor. Öte yandan ambalajlarda değişim sıklığı, çok tercih edilen bir durum değildir" diyor. Tasarımda uzman kişilerle çalışmanın önemini hatırlatan Aksaray, "İlk başta yüksek maliyet olarak algılanabilir ancak ortaya çıkan doğru tasarımlar uzun vadede markanın kazanmasını sağlar" yorumunda bulunuyor.

"BİR ÜRÜN SATIYOR VE BEĞENİLİYORSA, DEĞİŞİM TERS ETKİ OLUŞTURABİLİR. ÖNE ÇIKARILMASI GEREKEN BİR ÖZELLİK VAR İSE AMBALAJDA UFAK DOKUNUŞLARA YER VERİLEREK YOL ALINIR"

ULUDAĞ İÇECEK / Uludağ İçecek CMO ve İcra Kurulu Üyesi Murat Zengin

YENİLİKÇİ ADIMLAR

Uludağ İçecek, yenilikçi yaklaşımıyla adından söz ettiriyor. Çalışmalarını üretim veya formülasyonla sınırlandırmadıklarını belirten Uludağ İçecek CMO ve İcra Kurulu Üyesi Murat Zengin, "Şirketimiz kurucularından Mehmet Hakkı Bey'in oğlu Nuri Erbak, 1960'lı yıllarda yurt dışı ziyaretlerinde ambalajın ve tasarımın önemini fark ediyor. Bu sebeple de 1967'de altı buzlu Efsane Uludağ Gazozu şişesini tasarlatarak ürünün rakiplerinden farklılaşmasını sağlıyor" diyor. Markanın bir sonraki yeniliği ise 2009'da pazara sunduğu Uludağ Premium'la gerçekleşiyor. Moda tasarımcısı Dice Kayek ile iş birliği yapan Uludağ İçecek, kobalt mavi şişesi ile 2012'de World Packaging Organization'ın düzenlediği Woldstar Awards'da tasarım ödülü alıyor. Zengin, "Bu nedenle Efsane Uludağ Gazozu'nun şişesini aynı şekilde koruyoruz. Uludağ Premium için tasarlanan ödüllü şişenin de artık bir bilinirliği olduğu için değiştirmeyi düşünmüyoruz. Ancak tüketicilerimize, satış kanallarımıza ve tedarikçilerimize de kulak veriyoruz. Bu noktada en iyi örnek geçtiğimiz günlerde yeni tok pet şişede sunduğumuz Uludağ Premium Doğal Kaynak Suyu olacak. Satış kanallarımıza servis etme kolaylığı sağlayan bu yeni ambalajı tamamen geri bildirimlerden yola çıkarak hazırladık. Uludağ Premium Doğal Kaynak Suyu'nun cam şişesinde de bir iyileştirme çalışması gerçekleştireceğiz" diye anlatıyor.

ULUDAĞ İÇECEK, 1978 YILINDA TÜRKİYE'DE İLK DEPOZİTOLU LİTRELİK CAM ŞİŞE, İLK VİDALI KAPAKLI 1 LİTRELİK CAM ŞİŞE GAZOZ VE DÜNYANIN İLK LİTRELİK ŞİŞEDE DOĞAL MADEN SUYU ÜRETİMLERİNİ GERÇEKLEŞTİRDİ

KIZILAY / Kızılay Genel Başkanı Dr. Kerem Kınık

"KIZILAY'IN ÇİZGİSİNİ KORUMAK ÖNEMLİ"

Bir klasik olan Kızılay Maden Suyu; Afyon Karahisarlı Maden Suyu kaynağından çıktığı doğallığı ile Frigyalılar'dan bugüne bilinen ve tüketilen dünyanın en eski ve meşhur mineralli suyu... Abdülhamit Han'ın vakfiyesi olan kaynak Mustafa Kemal Atatürk tarafından Kızılay'a tahsis ediliyor. Yıllar içerisinde hem Kızılay Maden Suyu'nun marka hikayesi şekilleniyor hem de tüketici algısı yenileniyor, görsel akımlarla yeni formlar ortaya çıkıyor. Kızılay Maden Suyu ambalaj tasarımı hem bu hikayeyi anlatan hem de kitlelere hitap eden bir tasarıma dönüşüyor. Logo ve ambalaj tasarımları sırasında markanın hassasiyetlerine öncelik veriliyor. Öte yandan markanın sürekliliğine ve bir şekilde market rafında ayrışmasına özen gösteren bir tasarım olması ise diğer önceliklerini oluşturuyor. Kızılay Genel Başkanı Dr. Kerem Kınık, "Her marka için olduğu gibi dünyada ve ülkemizdeki iletişim ve görsel trendlerinin gerektirdiği sıklıkta ve dönemlerde bu değişim gündeme gelebilir. Kızılay Maden Suyu olarak önümüzdeki günlerde bir yeni etiket tasarımı çalışmamız olacak" diyor. Tasarım konusunda şirket bünyesinde bir departman yer alıyor. Markanın ambalaj tasarımı ile ilgili tasarım ajanslarıyla da iş birlikleri oluyor. Öncelikle iyi bir brief vermeyi önemsediklerini belirten Kınık, "Ajansların dışarıdan sağladıkları katkı ve enerjiyi önemsiyoruz. Bununla birlikte alışılagelen Kızılay çizgisini korumak sevenlerimizle olan bağımızı güçlü tutuyor" açıklamasında bulunuyor.

"TASARIM KONUSUNDA ŞİRKET BÜNYESİNDE BİR DEPARTMAN YER ALIYOR. MARKANIN AMBALAJ TASARIMI İLE İLGİLİ TASARIM AJANSLARIYLA DA İŞ BİRLİKLERİ OLUYOR..."

KRİSTAL YAĞLARI / Kristal Yağları Genel Müdürü Christopher Dologh

GÖRSEL GRAFİK TASARIMLAR ÖNE ÇIKIYOR

Türkiye'nin ilk markalı zeytinyağı Kristal Yağları, Türkiye'de zeytinyağını ambalajlanmış olarak piyasaya sunan ilk marka konumunda. Markanın genel müdürü Christopher Dologh, üretilen ürünün özelliğine bağlı olarak da ambalaj seçiminde her zaman özgür olunamadığına dikkat çekiyor.

Marka, zeytinyağını sadece cam şişe ve kaliteli teneke ambalajda sunuyor. Ambalaja yönelik yatırımlarını yıllar önce tamamladıklarını belirten Dologh, "Ambalaj konusunu hallettiğimiz için çalışmalarımız ambalaj üzeri görsel grafik tasarıma yoğunlaşmış durumdayız. 2013 yılında aldığımız bir kararla ambalaj üzeri görsel tasarımlarımızı yeniledik. Bu süreçte Türkiye'nin önde gelen ajanslarından biriyle çalıştık. Ana ürün portföyümüze yeni ve modern bir marka kimliği kazandırdık. Bunun haricinde farklı ve yeni bir tasarım söz konusu olduğunda elimizdeki mevcut üretim altyapısı ile ürün/marka konumlandırmasını oluşturuyor, tüketici nezdinde dikkat çekiciliği ve görselliği ön planda tutarak grafik tasarım çalışmalarımıza yön veriyoruz" diye anlatıyor. Farklı sektörlerin aksine logo ve ambalajlarımızı sık sık yenileyerek relansman yapmak gibi bir stratejileri olmadığını dile getiren Dologh, "80 yıllık geçmişimize baktığımızda logo tasarımımızı 2, ambalaj tasarımımızı ise 4 kez yeniledik" diyor.

"2013 YILINDA ALDIĞIMIZ BİR KARARLA AMBALAJ ÜZERİ GÖRSEL GRAFİK TASARIMLARIMIZI YENİLEDİK. BU SÜREÇTE TÜRKİYE'NİN ÖNDE GELEN AJANSLARINDAN BİRİYLE ÇALIŞTIK. ANA ÜRÜN PORTFÖYÜMÜZE YENİ VE MODERN BİR MARKA KİMLİĞİ KAZANDIRDIK"

NICK CAVE &
THE BAD SEEDS

TÜRKİYE, BÖLGESİNİN **KONSER MERKEZİ OLMAYA GÖZ KIRPIYOR**

2016 YILINDA KONJONKTÜREL NEDENLER YÜZÜNDEN KÜÇÜLEN KONSER VE ETKİNLİK SEKTÖRÜ, 2018 YILIYLA BERABER YENİDEN YÜKSELİŞE GEÇTİ. ROCK MÜZİKTEN POPA, ELEKTRONİK MÜZİKTEN CAZA KADAR DÜNYANIN ÖNDE GELEN İSİMLERİNİ İSTANBUL'DA AĞIRLAYAN TÜRKİYE, ŞU ANDA AVRUPA, ORTA DOĞU VE AFRİKA'NIN EN HIZLI BÜYÜYEN EĞLENCE PAZARI KONUMUNDA BULUNUYOR. YILDA 2 MİLYON KONSER BİLETİNİN SATILDIĞI SEKTÖR, YIL SONUNDA 300 MİLYON TL'LİK BİR BÜYÜKLÜĞE ULAŞMAYI HEDEFLİYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

Trip-hop'un jenerik ismi Massive Attack, son dönemin en güçlü seslerinden olan LP, garage rock'ın karanlık prensi Nick Cave & The Bad Seeds, popun Latin kraliçesi Shakira, soul-popun en kadife seslerinden biri olan Tom Jones, folk rock'ın en iyi isimlerinden Joan Baez... 2018 yılı, Türkiye'nin konser ve etkinliklerde üzerinden ölü toprağını yavaş yavaş atmaya başladığı bir yıl oldu desek, yanılmış olmayız. Yerel konserleri bir kenarda tutarsak, özellikle jenerik isimlerin son iki, üç yılda Türkiye'yi çok fazla turnelerine dahil etmediğine şahit olduk. Bunun nedenleri muhtelif. Kimi zaman sanatçı ve grupların sınırsız istekleri, kimi zaman konjonktürel nedenler, kimi zaman yüksek kur, çoğu ünlü ismin Türkiye'ye gelmesinde engel oluşturdu. Bu yılsa hem alternatif hem de majör sahnede daha dolu bir yıl geçiriyoruz. Türkiye'nin, özellikle turizm anlamında oldukça iyi bir yıl geçirmesiyle beraber, uzun zamandır Türkiye'ye uğramamış isimler, gerek albüm turneleri gerekse de bireysel konserlerinde ülkemizi de tur kapsamına almaya başladı. Konserler devam ederken bu etkinliğin hiç şüphesiz bir ekosistem ayağı bulunuyor. Yeniden toparlanmaya başlayan sektörle birlikte Türkiye büyük isimleri ağırlarken, Türkiye'nin eğlence pazarının her yıl ortalama yüzde 7 büyümesi bekleniyor.

BÜYÜKLÜK 300 MİLYON TL'YE YAKLAŞTI

Müzik etkinlikleri özelinde sponsorlukları katmadan pazar büyüklüğüne baktığımızda, PriceWaterhouseCoopers'ın 'Eğlence ve Medya 2018-2022 Tahmini' raporuna göre Türkiye'nin biletli canlı müzik pazarı, 2018 sonunda 298 milyon TL'ye ulaşacak. Bu büyüklüğün 2019'da 310 milyon TL, 2022'de ise 347 milyon TL değerine ulaşması bekleniyor. Pazarı büyüten en büyük ivmenin ise yüzde 12"lik büyüme oranıyla streaming yayınları, video ve oyunlaştırma uygulamaları, e-Spor liglerinden gelmesi bekleniyor. Bu kapsamda, globalde deneyim ekonomisi dinamikleriyle büyüyen genel eğlence ve medya sektörü 2013'te dünyada 1.78 trilyon dolar, Türkiye'de ise 12 milyar dolar büyüklüğündeyken, 2018'de bu rakam dünyada yaklaşık 2.2 trilyon dolar, Türkiye'de ise 13 milyar dolara ulaştı. Bu verilerden yola çıkarak, 2022 yılına vardığımızda Türkiye'deki sektör yıllık ortalama yüzde 7 oranında büyümeyle 16 milyar dolara ulaşacak. Bu

2018-2019 DÖNEMİ İÇİN 100'ÜN ÜZERİNDE ETKİNLİK

POZİTİF STRATEJİ VE KÜLTÜRDEN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ALARA ORHON

"Pozitif olarak sonbahar programımızı ve 2019 yeni projelerinde büyük isimleri yakında açıklayacağız. Geçtiğimiz aylarda Oscar and the Wolf, Imany, Feder & Ofenbach konserlerini gerçekleştirdik. Cappadox'ta yaklaşık 50 uluslararası ve yerel ismin konserinde caz duayeni Mulatu Astatke, Ala.Ni, Flamingods, Christian Löffler gibi global müziğin çağdaş efsanelerini ağırladık. 4 Temmuz'da Volkswagen Arena'da 'Relaxer' turnesi kapsamında alt-J'yi ağırladık. Pozitif'in kuruluşunun başından beri gerçekleştirdiğimiz ve bu yıl 28'incisini yapacağımız Akbank Uluslararası Caz Festivali'nin programından Jamie Cullum'ı açıkladık. Eylül ayında tüm programın açıklanacağı festival kapsamında 22 konser gerçekleşecek. 2018-2019 dönemi için 100'ün üzerinde etkinliğimiz daha açıklanacak. Volkswagen Arena eylülde efsanevi çağdaş klasik vokal grup Il Divo'ya, kasımda da Notre Dame de Paris'in Quasimodo'su olarak dünya çapında tanınan Garou performanslarına ev sahipliği yapacak. Babylon'un yeni sezonunu da önümüzdeki haftalarda paylaşacağız."

"4 BİNDEN FAZLA ETKİNLİK SERGİLEDİK"

ZORLU PSM GENEL MÜDÜRÜ MURAT ABBAS

"Zorlu PSM olarak 5'inci yaşımızı dolduruyoruz. Dolu dolu, çeşit çeşit 4 binden fazla etkinliğe sahnelerimizde yer verdik. 2 milyonu aşkın sanatseveri ağırladık. Özellikle son iki sezondur, bir sezon içinde yaklaşık 500 binin üzerinde sanatseveri ağırlar hale geldik. Birbirinden güzel konserlere, festivallere, müzikal ve tiyatro oyunlarına ev sahipliği yaptık. Notre Dame de Paris müzikalimiz çok etkileyiciydi. Tüm biletleri tükendi. Bu yıl ikincisini gerçekleştirdiğimiz Sonar ve PSM Caz Festivallerimiz de büyük ilgi gördü. Massive Attack, Travis, Michael Kiwanuka, Angus and Julia Stone gibi büyük ses getiren ana sahne konserlerimizin yanında Studio isimli mekanımızda en güncel DJ'leri de ağırladık. Tiyatrodan, akustik performanslara, DJ etkinliklerinden büyük konserlere, film gösterimlerinden kurumsal etkinliklere, çok farklı tatta etkinlikle donanıyoruz. Bu nedenle bir hafta için 20-30 etkinliğe ev sahipliği yaptığımız oluyor."

anlamda Türkiye; Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'da en hızlı büyüyen pazar konumunda bulunuyor.

2 MİLYON BİLET SATILIYOR, AMA...

Bilet adedi olarak bakıldığında, yaklaşık 80 milyon adetlik bilet pazarının 2 milyon adedini konserler ve müzik odaklı festivallerin oluşturduğunu ifade eden Pozitif Strateji ve Kültürden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Alara Orhon, sahne sanatları ve tiyatro kategorisi ise 13 milyon adet bilet yaratıldığını ifade ediyor. "Aile eğlencesi kategorisi de 2.5 milyon bilet hacminde. Geri kalanını sinema ve spor oluşturuyor. Müzik kategorisi adet olarak düşük olarak görülse de, ciroda ikinci sırada bulunuyor. Ancak Türkiye pazarında bilet satın alma alışkanlığını ilerletmek gerekiyor. Çünkü ortalamada pazarda bilet satışının neredeyse yarısı davetiyeyle bedava dağıtılıyor" diyen Orhon, Pozitif'te davetiye oranının yüzde 20'yi geçmediğini dile getiriyor. Sosyal planlamanın, bilet satın alma alışkanlığını artıracağından bu alanda da geçtiğimiz yıl girişimde bulunduklarını söyleyen Orhon, Mobilet sosyal planlama ve biletleme platformu girişimini Doğuş Grubu ortaklığıyla geliştirdiklerine de vurgu yapıyor.

> TÜRKİYE'DE ORTALAMA BİR BİLETİN FİYATI 2013'TE 30 DOLARLAR SEVİYESİNDEYDİ. BU SEVİYE 2017'DE 20 DOLARA İNDİ. ŞU ANDA İSE 16-17 DOLARA KADAR BİR GEVŞEME SÖZ KONUSU. TABİİ Kİ BU DÜŞÜŞÜN EN BÜYÜK NEDENİ, KURLARIN YÜKSEK OLMASI... BİLETLERİN ÇOK BÜYÜK BİR BÖLÜMÜ İNTERNET, AĞIRLIKLI OLARAK DA MOBİL ÜZERİNDEN SATIN ALINIYOR. BİLETLER DAHA ÇOK 25-50 YAŞ SKALASINDAKİ KİTLEYE SATILIRKEN BİLET SATIN ALMADA KADINLAR, ERKEKLERDEN DAHA ÇOK ÖNE ÇIKIYOR

EN KÖTÜSÜ GERİDE KALDI

2016 itibariyle konser ve organizasyonlar, tabiri caizse bıçak gibi kesilmişti. 2016 yılının, ülke gündeminin ve yaşanan olayların etkisiyle, her sektör gibi kültür sanat ve eğlence sektörünü de olumsuz etkilediğini kaydeden Zorlu PSM Genel Müdürü Murat Abbas, bu durumdan en hızlı etkilenen sektörün ise eğlence sektörü olduğuna dikkat çekiyor. "Ancak ardından gelen sezonumuzda, hem sanatseverin hayata devam etme ihtiyacı hem de bizim bu sektörün oyuncuları olarak çabalarımızla etkinlik içerikleri ve sayıları bir ivme kazandı. Zorlu PSM olarak 2017 ve 2018'in ilk yarısında gerek yabancı gerekse yerli işlerde büyük bir ivme kazandığımızı söyleyebilirim. İçinde bulunduğumuz beşinci sezonda ücretli ve ücretsiz gerçekleştirdiğimiz toplam etkinlik sayımız bin 100 civarında. Bu rakam dünya standartlarında bile çok büyük bir rakam. 2017 ve 2018'deki hareketlilik sadece bizimle kısıtlı kalmadı" diyen Murat Abbas, açık hava etkinlikleri ve günlük festivallerin sayısında da önemli bir canlılık olduğunu söylüyor.

"İSTANBUL'DA HER HAFTA 100'ÜN ÜZERİNDE ETKİNLİK OLUYOR"

İKSV İSTANBUL CAZ FESTİVALİ DİREKTÖR YARDIMCISI HARUN İZER

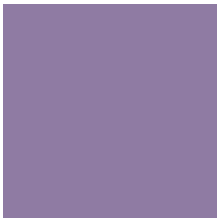
"İKSV olarak kapasitemiz o yılki programımız ve mekanlara bağlı olarak değişiyor. Ama ortalama 25-30 bin biletlik bir kapasitemiz olduğunu söyleyebiliriz. Bunun yanında İstanbul Caz Festivali'nin izleyici profili sanıldığının aksine sadece koyu caz müziği dinleyicilerinden oluşmuyor.

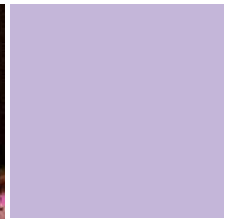
Sadece İstanbul'da her hafta internet üzerinden bilet satışı yapılan irili ufaklı etkinlik sayısı birkaç yüzü geçiyor. Buna bir de ücretsiz veya internete yansımayan ufak etkinlikleri eklemek gerekir tabii.

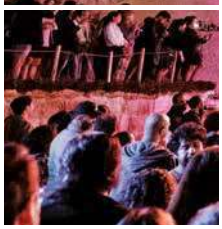
Bu yıl İstanbul Caz Festivali, 26 Haziran-17 Temmuz arasında 27 mekanda, 250'yi aşkın yerli ve yabancı sanatçının ağırlanacağı 50'nin üzerinde konserle, 25'inci kez gerçekleştiriliyor. Genelde her yıl temmuz ayının ilk iki haftasında gerçekleşen İstanbul Caz Festivali kapsamında ise 50-60 civarında farklı sanatçı veya topluluk konser veriyor. Bunun dışında yıl boyunca değişik bazı mekanlarda yaklaşık 20 civarında konserin gerçekleşmesine vesile oluyoruz."

SHAKIRA

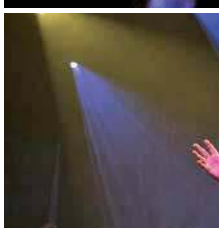
AVISHAI COHEN

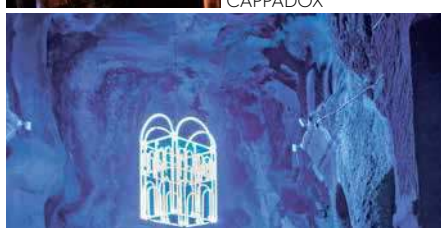


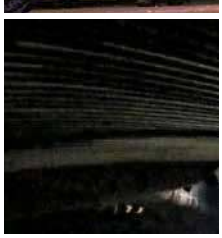
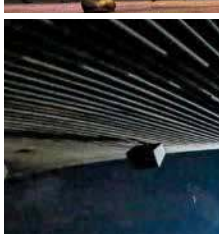


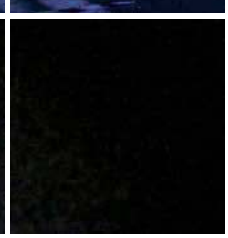


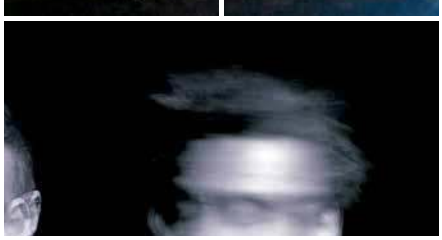
CAPPADOX



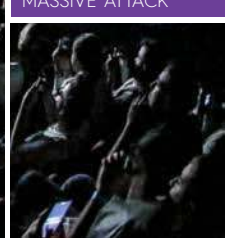


DAMDAKİ KEMANCI







MASSIVE ATTACK



YILDIZ İSİMLER GELMEYE BAŞLADI

2017 sonrası sanatçıların da biraz daha rahatladığını söylemek mümkün. Bir önceki yıl bu bölgeye turne konusunda daha isteksiz olan isimlerin, tekrardan Türkiye'de konser vermeye olumlu bakar hale geldiği veya teklifler için organizasyon kurumları ile bağlantıya geçmeye başladıkları gözlemleniyor. İKSV İstanbul Caz Festivali Direktör Yardımcısı Harun İzer, bu yıl İstanbul Caz Festivali programında Nick Cave & The Bad Seeds, Robert Plant, Melody Gardot gibi daha önceki yıllarda festivale gelmiş sanatçılar olduğu gibi, Benjamin Clementine, Badbadnotgood, Fred Hersh gibi ilk kez gelen isimlerin de olduğunu belirtiyor. İzer, "Dolayısıyla her açıdan olumlu bir gelişme olduğunu söyleyebiliriz. Tabi bu konuda hem vakfımızın hem de sektördeki diğer organizatörlerin, özellikle uluslararası konferanslarda bu konudaki çabalarını da belirtmek lazım. Gittiğimiz her ülkede, uluslararası sektör konferansları ve ajans görüşmelerinde yabancı sanatçıların Türkiye'ye gelmesi konusunda hiçbir sıkıntı bulunmadığını, ülkemizin ve İstanbul'un dünyanın diğer büyük şehirlerinden daha güvensiz bir durumda olmadığını belirttik" şeklinde konuşuyor.

"DOLULUK ORANIMIZ GİDEREK ARTIYOR"

BORUSAN SANAT GENEL MÜDÜRÜ AHMET ERENLİ

"Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası'nın (BİFO) her yıl 12 -14 sezon konseri oluyor. Buna ek olarak festival konserlerimiz ve turnelerimiz var ve bu rakamları şu aşamada artırmayı düşünmüyoruz. Ancak konserlere gelen izleyicilerde ciddi artış söz konusu. Doluluk oranlarımız 2016'da yüzde 90, 2017'de yüzde 95 ve 2018'de yüzde 98 oldu. İzlediğimiz kadarıyla İstanbul Müzik Festivali konserleri de dolu geçti bu yıl. Borusan Sanat olarak toplam 30 bin kişilik bir gruba hitap ediyoruz. Sezonluk yaklaşık 22 bin bilet satıyoruz. İstanbul Müzik Festivali'nde (İMF) 3 bin 500 kişilik bir izleyicimiz oldu. 2017'de yurt dışında gerçekleştirdiğimiz konserler de ise 5 bini aşkın izleyiciye ulaştık. BİFO yılda 20'yi aşkın konser veriyor. Bunların 12'si sezon konserleri, dört veya beş yurt dışında konser veriyoruz ve elbette İMF'de iki konserimiz var her yıl. Borusan Müzik Evi'nde caz ve dünya müzikleri alanında 20-25 konserimiz yer alıyor. Borusan Sanat olarak toplamda 50'nin üzerinde konser gerçekleştiriyoruz."

GLOBALDE DE ARTIK DEV STADYUM KONSERLERİ YERİNE DAHA ÖZGÜN DENEYİMLERLE TASARLANMIŞ, FARKLI İLGİ ALANLARI ETRAFINDA ÖRÜLEN FESTİVALLER, ONLINE KONSERLER, GİZLİ ETKİNLİKLERDE ARTIŞ GÖZLEMLENİYOR. BÜYÜK İŞLERDE PASTANIN BÜYÜK KISMINI, SANATSAL UNSURLARLA, GELİŞMİŞ TEKNOLOJİ KULLANIMIYLA, ÖZEL YARATILAN MEKAN VE DİJİTAL UYGULAMALARLA 2-3 GLOBAL SANATÇI OLUŞTURUYOR

SPONSORLAR ÖNE ÇIKIYOR

Kültür ve sanatın en önemli sponsorlardan biri olan Turkcell'de de müzik, en önemli odak konulardan biri olmaya devam ediyor. Geliştirdikleri fizy uygulamasının aynı zamanda Turkcell'in müzik alanında yatırım yapma isteğinin de en somut kanıtı olduğunu ifade eden Turkcell Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İsmail Bütün, fizy sponsorluğunda bugüne kadar birçok ses getiren projeyi hayata geçirdiklerine ve geçirmeye devam ettiklerine işaret ediyor. "Bunlardan en çok öne çıkanları şüphesiz Tarkan ile yaptığımız iş birliği ve fizy Liselerarası Müzik Yarışması oldu. Tarkan ile yaptığımız iş birliği, Türkiye'de bugüne kadar müzik alanında yapılmış en kapsamlı ve ses getiren sponsorluk projeleri arasındaki yerini aldı. Bu iş birliği kapsamında fizy'nin en çok dinlenen sanatçısı Tarkan'ın şarkıları, kullanıcılar tarafından 37 milyondan fazla dinlendi. Tarkan'ın fizy'den yayınlanan canlı konserlerini toplamda 1.2 milyon kişi izledi" diyen Bütün, Tarkan'ın son albümünün yayınlanmasından ardından bir hafta içinde fizy'den indirilen Tarkan şarkılarının 200 bin adedi geçtiğini söylüyor.

"DİĞER METROPOLLERDE DE TREND YUKARI YÖNLÜ"

AKBANK SANAT MÜDÜRÜ DERYA BİGALI

"Türkiye'de son yıllarda konser ve festival organizasyonlarında önemli bir ivme olduğunu biliyoruz. İstanbul başta olmak üzere Ankara, İzmir gibi diğer büyük kentlerimizin yanında, tatil dönemlerinde Ege ve Akdeniz'in sahil kesimlerinin hemen tamamında etkinliklerin frekansında bir artış gözlemleniyor. 2017 yılında Akbank Sanat'ta 30 adet ve yine aynı yıl 27'nci Akbank Caz Festivali kapsamında da 47 adet konser gerçekleştirdik. Bu konserlerde, özellikle Akbank Caz Festivali'nin yakın takipçilerini ve Türkiye'nin birçok yerinden binlerce müzikseveri ağırlıyoruz.
Programı yavaş yavaş netleşen 28'inci Akbank Caz Festivali'ne de, yine 20 binin üzerinde müzikseverin katılımını bekliyoruz. Akbank Sanat'ta her yıl düzenlediğimiz konserlerimize 4 binin üzerinde ve Kampüste Caz konserlerine de 5 binin üzerinde izleyici katılıyor."

KLASİK MÜZİKTEN CAZA

18 yıl önce 'Yıl Boyu Sanat, Yıl Boyu Festival' sloganı ile yola çıkan İş Sanat da müziğin çeşitli türlerini bir araya getiren

özenli programı ile kısa sürede sanatın nabzını tutan bir marka haline dönüştü. Programında klasik müzik topluluklarının yanı sıra, dönemin önde gelen caz müzisyenlerini de ağırlarken, dünya müziği, dans ve yerli projeleri izleyicisiyle buluşturmaya özen gösteren İş Sanat, her bir sezonunda ortalama 30 bin müzik severi ağırlıyor. İş Sanat yeni dönemde bilinen renkli müzik yelpazesi ile yine farklı zevklere hitap etmeyi amaçladığı dinamik bir sezona hazırlanıyor.
İş Bankası ayrıca bu yıl da İstanbul Müzik Festivali'ne olan katkısını sürdürdü. İngiliz Oda Orkestrası'nın eşlik ettiği Güher-Süher Pekinel konseri İş Bankası'nın katkılarıyla festival izleyicisiyle buluştu.

"SPONSORLUĞUMUZLA BİNLERCE KİŞİYE ULAŞIYORUZ"
YAPI KREDİ MARKA YÖNETİMİ DİREKTÖRÜ ARDA ÖZTAŞKIN
"Uzun yıllardır gençlik markamız Yapı Kredi Play ile ülkemizin en büyük üniversite spor festivali Koç Fest'in sponsoruyuz. Türkiye'nin dört bir yanını dolaşan Koç Fest'i destekleyerek spora gönül veren gençlerimizin yanında yer alıyoruz. Bu yıl sömestr döneminde ana sponsoru olduğumuz, 'İstanbul Winter Dream' kış festivalinde 25 binden fazla kişiyi ağırladık. Çocuklara ve ailelerine eğlenceli bir deneyim yaşattık. Mart 2018'de düzenlediğimiz Yapı Kredi Play E-Spor Arena Oyun ve Dijital Yaşam Festivali ile e-spor tutkunu gençleri bir araya getirdik. Geçtiğimiz mayıs ayında ise dünyanın önde gelen orkestralarından La Scala Filarmoni Orkestrası'nı, İKSV tarafından düzenlenen 46'ncı İstanbul Müzik Festivali'nde müzikseverlerle buluşturduk. Yüksek katkılı gösteri sponsoru olarak destek verdiğimiz bu konser, kapalı gişe olarak tamamlandı. Son olarak dünya turnesi kapsamında İstanbul'a gelen Shakira'nın konserinde kredi kartı partneri olarak yer aldık."

KONSERLERİN VE ETKİNLİKLERİN YARATTIĞI İSTİHDAM, FESTİVALLERİN KONSEPTİNE, MEKANINA VE ÖLÇEĞİNE GÖRE DEĞİŞKENLİK GÖSTERİYOR. GEÇTİĞİMİZ GÜNLERDE ÜÇ AYRI COĞRAFİ MERKEZE YAYILMIŞ ŞEKİLDE 10 BİN KATILIMCININ AĞIRLANDIĞI CAPPADOX'TA YAKLAŞIK 450 KİŞİ ÇALIŞTI. CAPPADOX KENDİ İÇERİSİNDE YAKLAŞIK 7 MİLYON TL'LİK BİR PROJE. SAHADA İSE 5 MİLYON TL'LİK BİR EKONOMİ YARATILIYOR

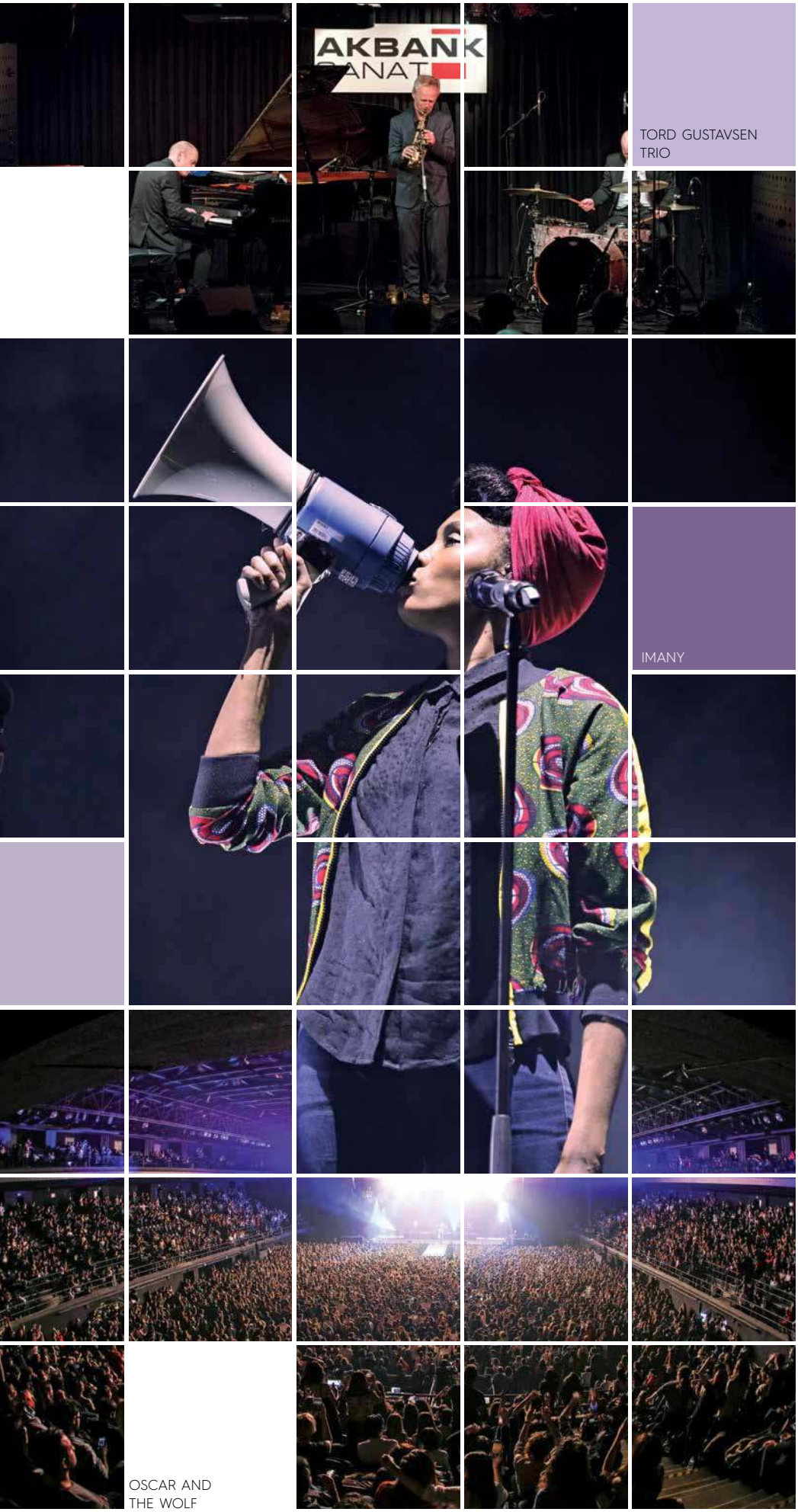
ORGANİZATÖR TARAFI...

Türkiye'nin tanınmış organizatörlerinden Benjamin Kaya ise konuya biraz daha farklı bir noktadan yaklaşıyor. Müzikalitenin ve yeni üretilen şarkıların çok hızlı tüketildiğini söyleyen Kaya şunları söylüyor: "Kendi kulağımıza hoş gelen müziği mi, yoksa müzik otoritelerinin bize dayattığı müziği mi dinliyoruz? Seçkin bir müzik dinleyicisi bunu mutlaka kendine sormalı. Evde TV müzik kanalları, arabada radyoda çalan, cep telefonumuzun müzik dinlemeyi sağlayan aplikasyonlarda hazır oluşturulan çalma listeleri, bizi dinlememizi istedikleri müziği dinlemeye mecbur bırakıyor. Tekrar tekrar duyduğumuz bu şarkıları beğenmesek bile bir süre sonra ezberlemiş olarak buluyoruz kendimizi." Ülkemizde yetişen yeni müzisyenlere ve taze kana ihtiyacımız olduğunu hatırlatan Kaya, müziğe gönül veren gençleri cesaretlendirmenin yanı sıra otoritenin de onlara şans tanıması gerektiği kanısında. "Bu konuda yapımcıların elini taşın altına koyması ve medyatik isimlerdense, yüksek potansiyelli yeni isimlere şans tanıması gerektiğini düşünüyorum" diyen Kaya, birçok yeteneğin müzik yarışmasına katıldığı düşünüldüğünde, bir show programının malzemesi olduğunu ve kısa bir süre sonrada yok olup gittiğini dile getiriyor.

"KÜLTÜR VE SANATIN EN BÜYÜK DESTEKÇİLERİNDENİZ"
TURKCELL PAZARLAMADAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI İSMAİL BÜTÜN
"Turkcell olarak kurulduğumuz günden bu yana ülkemizde kültür ve sanatın en büyük destekçileri arasında yer aldık. Bu süreçte, müzik alanında İKSV ile birçok iş ortaklığı gerçekleştirirken, Turkcell Yıldızlı Geceler, Kuruçeşme Arena ve Bodrum Antik Tiyatro sponsorluğu, GNCfest, Üniversite Bahar Şenlikleri, Pozitif iş birliğinde gerçekleştirdiğimiz Cappadox, Bodrum Klasik Müzik Festivali gibi birçok önemli projeye de imza attık. Bu projelerle farklı yaş grupları ve müzik zevklerinde milyonlarca kişiye ulaşmayı ve onların markaya olan ilgisini artırmayı başardık.
Ayrıca sponsoru olduğumuz Ülker Arena, Volkswagen Arena, Zorlu PSM gibi mekanlarda gerçekleşen çok sayıda konser ile yine çok sayıda kişinin müzik ve sanatla buluşmasında rol almaya devam ediyoruz. Bu amaçla farklı projelerle önümüzdeki dönemde de müzik ve sanat tutkunu tüketicilerin yanında yer alacağız."

KİMLER BEKLENİYOR?

Önümüzdeki dönemde büyük isimler Türkiye'de sahne almaya devam edecek. Bu bağlamda 28'incisi düzenlenecek Akbank Caz Festivali kapsamında İngiliz caz sahnesinin gelmiş geçmiş en başarılı sanatçılarından aralarında Grammy, Altın Küre ve Brit ödüllerinin de bulunduğu çok sayıda ödüle sahip olan Jamie Cullum, başarılı repertuvarıyla sonbaharda müzikseverlere renkli bir sahne sunacak. Yine



TORD GUSTAVSEN TRIO

IMANY

OSCAR AND THE WOLF

Karl Hector & The Malcouns, trompetinin berrak sesiyle tanınan Avishai Cohen ve São Paulo'nun avangart pop, caz ve dub sahneleriyle haşır neşir olan Bixiga 70, Akbank Caz Festivali'nde ağırlanacak sanatçılar arasında yer alıyor.

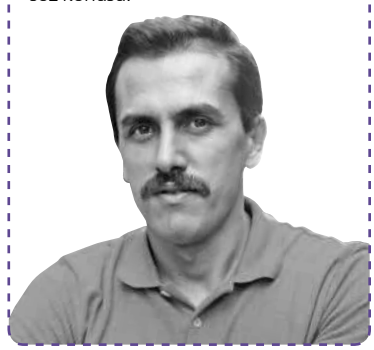
Ayrıca 3 Ağustos'ta The Chainsmokers Küçükçiftlik Park'ta yerini alacakken, 14 Ağustos'ta Oasis'in efsane vokali Liam Gallagher da aynı mekanda merakla beklenen bir performansa imza atacak.

"SOSYAL MEDYA FENOMENLERİ ÇAĞRILIYOR"

ORGANİZATÖR BENJAMİN KAYA

"Konser verme işi tamamen profesyonel anlaşmalarla ilgili. Dünyaca ünlü birçok müzisyenin Türkiye'de konser vermeme gibi bir derdi yok. Teklif ettikleri bütçe ve şartlar karşılanırsa, o ünlü isimler gelebiliyor. Tabii bazen bunun yetmediği zamanlar da oluyor. Örneğin 2016'da Sting Antalya'da vermesi planlanan konserini iptal etmişti. Zira kendisini ve ekibini güvende hissetmedi. Ama Sir Elton John ve Mark King de gelmişti. Shakira da o dönem konserini iptal etmişti. Ancak geçen ay dünya turnesi kapsamında İstanbul'da harika bir konser gerçekleştirdi.

Trend olarak ise son dönemde toplum tarafından sosyal medyanın aktif kullanımı ve geliştirilen sosyal platformlarda öne çıkarak eğlence hayatına dahil olan isimler oldu. Fenomen olarak adlandırılan bu isimler, ulaştıkları geniş kitlelerin avantajıyla sektörde kendilerine bir şekilde yer bulmayı başardı. Hatta pek çok sanatçıdan bile daha fazla ücret aldıkları gerçeği de söz konusu."



KULAKLARIN GERÇEK SESLE TANIŞTIĞI AN: LÜKS KULAKLIKLAR...

BİR KULAKLIĞA NE KADAR ÖDEYEBİLİRSİNİZ? BU, MÜZİKLE NE DENLİ İLGİLENDİĞİNİZE BELKİ ONDAN DA ÖNEMLİSİ, NE KADAR BÜTÇENİZ OLDUĞUNA GÖRE DEĞİŞİR. PEKİ BİR KULAKLIĞA 120 BİN DOLAR ÖDER MİYDİNİZ? YÜZ BİNLERCE DOLARLIK ELMASLARLA DÖŞELİ BİR KULAKLIK, HER ZAMAN İLGİ ÇEKECEKTİR. TABİİ Kİ SESİN EN SAF VE YALIN HALİNİ ALABİLMEK İÇİN ÇOK DAHA UYGUN ÇÖZÜMLER DE MEVCUT... ELMASLAR İŞİN PARILTISI OLSA DA EN İYİ SESE ULAŞMAK İÇİN BAZEN DÜŞÜNDÜĞÜNÜZDEN 'BİRAZ DAHA YÜKSEK' FİYATLAR SÖZ KONUSU OLABİLİR...

Mustafa Gündoğdu
mustafa.gundogdu@platinonline.com

Müzik, ne zaman olursa olsun insanı dinlendiren ve rahatlatan bir şey. Kimi zaman yalnızca akıllı telefonlardan dinlediğimiz, kimi zaman ciddi bir bütçe ayırdığımız müzik için kulaklıklarda da hatırı sayılır bir lüks segmenti bulunuyor. İhtiyacınız sadece müzik dinlemek mi? Bunu makul fiyatlarla elde edebileceğiniz bir sürü seçenek bulunuyor. Peki en iyi sesi duymak için ne kadarlık bir bütçeye ihtiyacınız var? İşte bu ucu bucağı olmayan bir soru… İsterseniz 2 bin dolar, isterseniz 120 bin dolar. Tercih size kalmış. Biz de Platin olarak kulaklık dünyasının en lüks kulaklıklarını mercek atına aldık.

FOCAL UTOPIA BY TOURNAIRE / 120 BİN DOLAR
Hi-end dünyasındaki en iyi markalarından biri olan Fransız Focal'ın 'Utopia by Tournaire' modeli CES 2017'de tanıtılmıştı. 120 bin dolarlık fiyatıyla şu anda dünyanın en pahalı kulaklığı unvanını elinde bulunduran Focal Utopia by Tournair'in üzerindeki elmasların her biri 6 karat değerinde. Tournaire atölyelerinde el işi olarak monte edilen bu elmaslar, 18 ayar altın rengine sahip.

ONKYO HM900 (20 CARAT DIAMONDS) / 80 BİN EURO
CES 2017'de tanıtılan bir başka pırlantalı hi-end kulaklık olan Onkyo'nun HM900 modeli de üzerinde 20 karat pırlanta barındırıyor. Tabii hepsi bu değil. Onkyo bu elmasları, çok parlak ve paslanmaz çelikten bir halka ile çevrelenmiş alüminyum plakalara yerleştirdi. Fiyatı mı? Yalnızca 80 bin Euro… Sağ ve sol kulaklıklarda ek olarak kırmızı bir yakutun bulunduğunu da hatırlatalım.

SENNHEISER ORPHEUS / 55 BİN DOLAR
Michelangelo'nun yaptığı heykeller için yonttuğu mermerleri temin ettiği mermer ocaklarına ev sahipliği yapan ve İtalya'nın kuzeyinde bulunan şehir olan Carrara mermerleri ile kaplı Sennheiser'in Orpheus'u, Sennheiser'in kulaklıktaki en son noktası… 55 bin dolarlık fiyatıyla sınırlı sayıda basılan ürün, yüzde 0,01'lik toplam harmonik bozulma seviyesine sahip.

V-MODA CROSSFADE M-100 (3D PRINTED SHIELDS) / 40 BİN DOLAR
Bir başka 'fantezi modellerden' biri olan V-Moda Crossfade M-100'ün bu modeli üç boyut baskılı. Bronz, gümüş ve paslanmaz çelik gibi materyallerle kaplı bu model de dünyanın en pahalı kulaklıkları arasında gösteriliyor. 40 bin dolar gibi bir fiyatı olan bu model, müzikseverler kadar 'trendsetter'lara da hitap ediyor...

OBRAVO EAMT-1S / 3 BİN 699 STERLİN

Biraz da normal fiyatlara dönelim… oBravo'nın bu kulaklıkları 3 bin 699 Sterlin'lik bir ücrete sahip. Bu kulaklık Hibrit Dinamik AMT sürücüye sahip. İki tip sürücüyü tek bir birime birleştiren koaksiyel bir tasarım olan bu sürücülerle 15Hz'lik düşük ve 45kHz'lik yüksek frekanslara ulaşabiliyor. EAMT-1S'nin precision-seramik el yapımı gövdesi de elegant bir görüntü sunuyor.

FINAL AUDIO DESIGN SONOROUS X / 3 BİN 500 STERLİN

Final Audio da premium kulaklık deneyimi sunan başka bir marka. Açıkçası sesten çok, işlenmiş bir alüminyum ve paslanmaz çelik kombinasyonu, bu ürünü daha çok ön plana çıkarıyor. Her ne kadar ağır bir ürün olsa da, göz alıcı olduğu da inkar edilemez. 3 bin 500 Sterlin değerinde olan bu kulaklık, kürk astarlı bir tahta kutuda geliyor…

STAX SR-009 / 3 BİN STERLİN

Bir Japon markası olan STAX, diğer kulaklıkların aksine herhangi bir ek materyal ya da bir emtiaya ihtiyaç duymuyor. Sadece yüksek performans isteyen fiyatları haklı çıkarmayı amaçlayan ve hi-end dinleyicileri için bir referans ürünü olan STAX'ın SR-009'u 3 bin Sterlin seviyesinde. Sonuç mu? Daha ince bir diyafram, yeni geliştirilen elektrotlar ve kabloda gümüş kaplı, yüksek saflıkta bir bakır telin yapacağı en güzel şeyi, 'gerçek sesi' sahiplerine sunuyor.

ABYSS AB-1266 / 5 BİN 500 DOLAR

Abyss'in Planar Magnetic sürücülerin yer aldığı AB-1266 modeli, ses gurularına göre gerçekçilik ve berraklık olarak dünyada şimdiye kadar üretilmiş en iyi kulaklıklardan biri. Titreşimi en alt düzeyde tutabilmek için de düşük karbonlu çelikten imal edilmiş bir ön saptırıcının yer aldığı model, 660 gramlık ağırlığına karşın muazzam dengesi ve koyun derisinden kulak pedleri sayesinde kafayı sıkmadan ve ağrıtmadan saatlerce müzik dinlenmesine olanak sağlıyor. Ürünün fiyatı ise 5 bin 500 dolar.

AUDEZE LCD-4 / 4 BİN DOLAR

ABD'li hi-end markası Audeze, amiral gemisi LCD-4'te nano teknolojiyi kullanarak oldukça ince diyafram kullanıyor. Üründe karbon fiber kafa bandı kullanılırken diğer LCD modellerine bu kafa bandı, 200 dolar karşılığında eklenebiliyor. Empedans değeri 100 ohm ve 5-20kHz frekans değeri olan kulaklığın kendi değeri ise 4 bin dolar…

HIFIMAN HE1000 V2 / 2 BİN STERLİN

Düzlemsel manyetik kulaklıklar her zaman dikkat çeker. Bu kulaklıklar da 0.001 mm'lik ince bir sürücüye sahip. Böylesi bir durum da, mühendisliğin etkileyici bir başarısı... Diğer yerlerde gelişmiş asimetrik manyetik devre, polyester kulak bardakları, yeni bir üç damarlı kablo ve saatlerce giyecek kadar rahat oldukları anlamına gelen ergonomik bir tasarım mevcut. Diğer kulaklıkların fiyatlarının aksine HE1000 V2'ye 2 bin Sterlin'i vermek hiç de mantıksız görünmüyor.

ÇEŞİTLİLİĞİ GÜNDEMİNİZE ALDINIZ MI?

İrem Sertbaş / irem.sertbas@platinonline.com

21. YÜZYIL BİREYSELLİĞİ HİÇ OLMADIĞI KADAR ÖN PLANA ÇIKARIYOR. TÜKETİCİLERİN NE İZLEDİĞİNİ VE NE SATIN ALDIĞINI İNCELEYEN ULUSLARARASI BİR ARAŞTIRMA ŞİRKETİ OLAN NIELSEN, BU KONUYA TİTİZLİKLE YAKLAŞIYOR. 2004 YILINDA BAŞLATTIKLARI 'ÇEŞİTLİLİK VE KAPSAYICILIK' PROGRAMI, KURUMUN DNA'SINA İŞLEMİŞ DURUMDA... HEDEF İSE YETENEKLER VE DENEYİMİN YARATTIĞI KÜLTÜREL ZENGİNLİKLERE SAHİP ÇIKARAK EN İYİ FİNANSAL SONUÇLARA ULAŞABİLMEK. ŞİRKET; ETNİK KÖKEN, CİNSİYET, YAŞ, ULUSAL KÖKEN GİBİ FARKLILIKLARIN KUCAKLANDIĞI BİR ORTAM YARATIYOR. BÖYLECE HERKESİN KENDİ FİKİRLERİNİ AÇIKÇA SÖYLEYEBİLECEĞİ BİR ALAN OLUŞUYOR. BU SÜREÇ İSE ŞİRKET ÇALIŞANLARININ BAĞLILIĞINI ARTIRIYOR. ŞİRKETE BAĞLILIK İSE BEKLENEN FİNANSAL GELİŞMEYİ TETİKLİYOR. TÜM BU VERİLER DOĞRULTUSUNDA NIELSEN GLOBAL ÇEŞİTLİLİK VE KAPSAYICILIK BAŞKANI ANGELA TALTON İLE BULUŞTUK. GANDİ'NİN "DÜNYADA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ DEĞİŞİMİN KENDİSİ OLUN" SÖZÜNE ATIFTA BULUNAN TALTON, FARKLILIKLARIN ÖZÜMSENMESİ İLE ŞİRKET BAŞARISININ ARTACAĞINA VE ÇALIŞAN PERFORMANSININ YÜKSELECEĞİNE İNANIYOR. BU NOKTADAN YOLA ÇIKARAK TALTON İLE ÇEŞİTLİLİĞİN ÖNEMİNİ, BUGÜNÜNÜ VE YARININI KONUŞTUK...

NIELSEN GLOBAL ÇEŞİTLİLİK VE KAPSAYICILIK BAŞKANI ANGELA TALTON, 2013 YILINDA LİDER GİRİŞİM PROGRAMI'NI BAŞLATTI

Nielsen; "Kendin ol, fark yarat, bizimle geliş" mottosu ile çıktığı yolda çeşitliliği ve kapsayıcılığı her geçen gün yeni bir şeyler öğrenilmesi gereken bir yolculuk olarak görüyor. Bu yolculukta ekibine 2012 yılından beri çeşitlilik ve kapsayıcılık başkanı olan Angela Talton öncülük ediyor. İşi nedeniyle sürekli seyahat eden Talton, zamanının çoğunu uçakta geçiriyor. 106 ülkede faaliyet gösteren Nielsen'ın tüm ofislerini ziyaret etmeye çalışıyor. Bir haftalık Avrupa seyahatinin son durağı olarak İstanbul ofisini görmeye gelen Talton ile Kuzey Carolina'daki evine doğru yola çıkmadan hemen önce buluştuk. Çeşitlilik ve kapsayıcılık rüzgarının, tüketici trendleri üstündeki etkisi ve Türkiye özelinde yapılan çalışmalar hakkında konuştuk. Sohbetimiz sırasında bize globalde 47 bin çalışan sayısına ulaşan Nielsen Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan da katıldı. İkisi de çeşitlilik ve kapsayıcılık yolculuğunun varış noktası olarak 'büyüme ve inovasyonu' işaret etti. Nielsen'ın 2014 yılında başlayan çeşitlilik serüveni, bugün kadınlar başta olmak üzere tüm çalışanların hayatlarına dokunan bir yapılanmaya dönüştü. Angela Talton, programın çalışanların iş yerine olan bağlılığını ve sadakatini artırdığını da belirtiyor. İşte İstanbul'a ilk gelişinde şehrimize aşık olan Talton'dan çeşitlilik ve kapsayıcılık hakkında öğrenilmesi gerekenler…

Nielsen'ı çeşitlilik ve kapsayıcılık projesine başlamaya iten faktörler neler? Bu programa hangi tarihte başlandı?

2004-2005 yılları arasında bir problemle karşılaştık. Bunun üzerine bu girişime başladık. Müşterilerimizden biri, verilerimizin azınlık tüketici grubunu temsil etmediğine ilişkin bir şikayette bulundu. Program aslında bunun üzerine başlatıldı. Aslında bu gerçeği yansıtmıyordu, ancak suçlamalar bu yöndeydi. Bunun üzerine bir harici danışmanlık şirketi ile çalışmaya başladık. Üçüncü parti, tarafsız, bağımsız bir kurul ile... Verilerimizin aslında azınlık tüketici gruplarını da temsil ettiği doğrulandı. Bu kurulla beraber girişimimiz başladı ve devam etti. Çalışan

kaynak grupları oluşturduk. Tedarikçilerimizin de çeşitli olabilmesi için sürecimizi revize ettik. Onlarla anlaşmalar yaptık. Aynı zamanda tüketicilerimiz arasında markamızın farkındalığını artırmayı amaçladık. Çeşitliliği temsil eden tüketicilerin bizimle verilerini paylaşmalarını istedik. Böyle bir misyonumuzun olduğunu onlara açıklayarak, onların bizimle veri paylaşmasını sağladık.

Bu alanda ne gibi farklı projelere odaklandınız?

Benim şahsen gerçekleştirdiğim bir proje var. Biz, 2013 yılında ilk kez bir lider girişim programını hayata geçirdik. Bunu MBA programı gibi düşünebilirsiniz. Program 15 ay sürüyor. Asıl amaç yetenekleri geliştirmek, görünürlüğü, erişimi ve fırsatları iyileştirmek. Bunu bir sınıf olarak düşünebilirsiniz. Bir müfredatımız var. Finansal yönetim konularında dersler veriyoruz. Fakülte çalıştayları da düzenliyoruz. Farklı iş birimlerinden liderlerimiz geliyor. Kendi iş deneyimlerini paylaşıyorlar. Öğrencilerimiz, onların liderlik stillerini görebiliyorlar. Başladığımız günden bugüne kadar 5 farklı sınıfımız oldu. Bu gruplar arasında yüzde 30'u firmamızda kalmaya devam ediyor. Mezunlardan yüzde 65'i en az bir kez terfi aldı. 2012 yılı mezunlarımıza baktığımızda, bunların yüzde 50'si başkan yardımcılığı seviyesinde. Şirket içinde yaptığımız düzenlemelerde ve kullandığımız kurumsal materyallerde çeşitliliği temsil edenleri öne çıkardık. Mesela çeşitli arka planlardan gelen farklı aileler… Onların temsil edildiği görseller kullandık. Bir de birtakım organizasyonlar, kurumlar, kuruluşlar ve örgütler var. Çoğu engellileri ve kadınları destekliyor. Bunların faaliyetlerine de sponsor olduk. Aynı zamanda tedarikçi çeşitliliğinden bahsetmiştim. Bu firmalar bize birtakım girişimcileri tanıttılar. Bunlar çeşitliliği temsil eden girişimci firmalarıydı. Kadınların, azınlıkların, LGBTİ üyelerinin ve engellilerin kurdukları firmaları bizimle tanıştırdılar. Bu sayede tedarikçi çeşitliliğimizi genişletmiş olduk.

"NÜFUS DEĞİŞİYOR, POPÜLASYON DEĞİŞİYOR... SADECE ABD'DE DE DEĞİL, GLOBALDE DE GÖRDÜĞÜMÜZ BU... BİZ DE KENDİ BÜNYEMİZDE ÇEŞİTLİLİK BARINDIRIYORUZ. ÇALIŞANLARIMIZ ÇEŞİTLİLİĞİ TEMSİL EDİYORLAR. ÇALIŞANLARIMIZDAN ALDIĞIMIZ FİKİRLERİ MÜŞTERİLERİMİZLE PAYLAŞIYORUZ Kİ, ONLAR DA İŞLERİNİ ÇEŞİTLİLİĞİN BEKLENTİSİ YÖNÜNDE GELİŞTİRİP BÜYÜTEBİLSİNLER. BİZİM İÇİN ÇEŞİTLİLİK VE KAPSAYICILIK, İNOVASYON VE BÜYÜME DEMEK. NIELSEN, ARADAKİ BU BAĞLANTIYI OLUŞTURUYOR"

"AMACIMIZ, 'BİZ SİZİ GÖRÜYORUZ' MESAJINI ÇALIŞANLARIMIZA VERMEK"

Asıl amaçlarının çalışanlara liderlik fırsatı sunmak olduğunu söyleyen Nielsen Global Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Başkanı Angela Talton şöyle diyor: "Bu şekilde çalışanların firmaya daha sadık olacaklarını ve firmada daha uzun süre çalışmak isteyeceklerine inanıyoruz. Çalışan kaynak gruplarımızla çalışanların görünürlüğünü, fırsatlarını ve erişimlerini artırmayı hedefliyoruz. Görünürlükle ilgili olarak asıl amacımız ise 'biz sizi görüyoruz' mesajını çalışanlarımıza vermek. 'Potansiyelinizi de görüyoruz, bunun farkındayız' mesajını çalışanlarımıza iletmek. Onlara gelişim ve liderlik fırsatları sunuyoruz."

ci contemporary istanbul

SEP 20-23 '18

SAVE THE DATE

CIF DIALOGUES
18 EYLÜL
CI FOUNDATION

ÖN İZLEME
19 EYLÜL
SADECE DAVETİYE İLE

ZİYARET GÜNLERİ
20-23 EYLÜL

ANA SPONSOR

25. yıl AKBANK SANAT

ORTAK SPONSOR
FERKO

SPONSOR
SOFA HOTEL
HOME

RESMİ HAVAYOLU
TURKISH AIRLINES

CO-SPONSOR
Borusan Otomotiv

PLUGIN SPONSORU
SIEMENS Ev Aletleri

DERGİ SPONSORLARI
PLATİN
ALEM

MEDYA SPONSORU
AKSAM

TV SPONSORU
360

RADYO SPONSORU
ALEM FM 89.2

DESTEKLEYENLER
İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
KOSGEB

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

"MÜŞTERİLERİMİZE TÜKETİCİLERİ ANLAMAK KONUSUNDA YARDIMCI OLUYORUZ"

Danışmanlık verdiğiniz şirketleri göz önünde bulundurduğunuzda, bu şirketlerin çeşitlilik alanında ne gibi sorunlarla karşılaştıklarını analiz ettiniz?

Müşterilerimizin karşılaştığı sorunlar bizimkiler ile benzer bu konuda. Özellikle işe alımlarda, iş gücünde çeşitlilik oluşturulması için girişim fırsatlarını belirlemede ve işe aldıkları kişileri elde tutma konusunda bizimle benzer sorunları yaşıyorlar. Çoğunlukla karşılaştıkları sorunlar bu yönde. Amacımız, müşterilerin işlerini geliştirmelerinde ve büyümelerini sağlamada yardımcı olmak. Ek olarak müşterilerimize tüketicileri anlamak konusunda yardımcı oluyoruz. Çünkü, artık tüketiciler de daha çeşitli, daha kompleks, daha değişken… Kendi bünyemizde bulundurduğumuz çeşitlilik sayesinde tüketicileri anladığımız için bu içgörüyü müşterilerimizle paylaşıyoruz ki, onlar da tüketicilerini anlayabilsinler. Bizim yaptığımız şey aslında farklı noktalar arasında çizgiler çizerek, bu noktaları birbirine bağlamak gibi. Nüfus değişiyor, popülasyon değişiyor… Sadece ABD'de de değil, globalde de gördüğümüz bu. Biz de kendi bünyemizde çeşitlilik barındırıyoruz. Çalışanlarımız çeşitliliği temsil ediyorlar. Onların fikirlerinden yararlanıyoruz. Onlar fikirlerini paylaşıyorlar. İşlerimizi farklı ve daha iyi nasıl yapabiliriz diye düşünürken onların sesine kulak veriyoruz. Daha sonra çalışanlarımızdan aldığımız fikirleri müşterilerimizle paylaşıyoruz ki, onlar da işlerini çeşitliliğin beklentisi yönünde geliştirip büyütebilsinler. Bizim için çeşitlilik ve kapsayıcılık, inovasyon ve büyüme demek. Nielsen, aradaki bu bağlantıyı, linki oluşturuyor.

Kadınların iş hayatına katılımı konusu son yıllarda oldukça gündemde… Nielsen olarak bu konuda nasıl bir duruş benimsiyorsunuz?

Çalışanlarımızı yetkinliklerine ve yeteneklerine göre değerlendiriyoruz. Amacımız, görevlendirmede açık ve kapsayıcı bir strateji belirlemek. Bir de her iş birimimizin bir lideri var. Bu liderler kendi iş birimlerinde düzenli olarak çeşitlilik raporu hazırlıyorlar. Yani çalışanların kaçı kadın, kaçı erkek, çeşitliliği tam olarak temsil ediyor mu? Buna ilişkin bir raporu bizimle paylaşıyorlar. Biz de düzenli olarak bu raporları takip ediyoruz. Her bir iş biriminde çeşitliliği sağlamaya çalışıyoruz. Nielsen'ın dünya genelindeki ofislerinde kadın çalışan oranı yüzde 47. Kıdemli seviyeye geldiğimizde, yani CEO'lar ve başkan yardımcılarını göz önüne aldığımızda bu rakam yüzde 35. Çokuluslu şirketlerin dünya genelinde kadın çalışma oranı yüzde 24 ile yüzde 29 arasında değişiyor.

"NIELSEN'IN DÜNYA GENELİNDEKİ OFİSLERİNDE KADIN ÇALIŞAN ORANI YÜZDE 47. KIDEMLİ SEVİYEYE GELDİĞİMİZDE YANİ CEO'LAR VE BAŞKAN YARDIMCILARINI GÖZ ÖNÜNE ALDIĞIMIZDA BU RAKAM YÜZDE 35. ÇOKULUSLU ŞİRKETLERİN DÜNYA GENELİNDE KADIN ÇALIŞMA ORANI İSE YÜZDE 24 İLE YÜZDE 29 ARASINDA DEĞİŞİYOR"

İş hayatında kadın yöneticilerle erkek yöneticilerin performansları arasında herhangi bir farklılık gözlemliyor musunuz?

Günümüz dünyasında şuna inanıyorum: Kadınlar akıllarına bir şeyi koydukları zaman kesinlikle yaparlar. Erkeklerin bazı işlerde kadınlardan daha başarılı oldukları düşünülür. Fabrikalarda, profesyonel sporculukta ya da teknisyenlikte erkeklerin geleneksel olarak daha başarılı oldukları varsayılır. Ancak elimizde bunun aksini kanıtlayan milyonlarca data var. Asıl önemli olan cinsiyetten bağımsız olarak, bir insanın yetkinliklerine göre başarılı olması. Kadın ya da erkek olması fark etmiyor. Bunu da kanıtlayan çok fazla veri var. McKinsey and Company danışmanlık firması 2014

NIELSEN TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ DİDEM ŞEKEREL ERDOĞAN

"ÇALIŞANLARIMIZIN YÜZDE 67'Sİ Y KUŞAĞI'NDAN YÜZDE 5'İ İSE Z KUŞAĞI'NDAN"

Nielsen Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan'a Türkiye ve dünya genelinde çeşitlilik kapsamında ne gibi dikkat çekici uygulamalara imza atıldığını sorduk ve şu yanıtı aldık: "2011 yılında globalde kurulan 'WIN' (Women in Nielsen) çalışan kaynak grubunu vurgulamak istiyorum. WIN projesini; çalışan kadınların iş hayatında desteklenmesi olarak özetleyebiliriz. Bu çalışma özellikle İK ekibi ile yapıldı. 'WIN' ile anneler destekleniyor, bir ebeveyn paketi sağlanıyor, hamile çalışanlara özel otoparklar ve park yeri organize ediliyor. Annelerin süt sağma yapıp hayatlarını kolaylaştırması için 'Mom Rocks' olarak adlandırılan özel bir oda kuruldu. Bunu çeşitlilik ve kapsayıcılık adına uygulamış olduğumuz en başarılı projelerden biri olarak nitelendirmek istiyorum. Mesela 'Nielsen Generation'ı da farklı jenerasyondaki çalışanları daha iyi anlamaya yönelik kurmuş olduğumuz bir grup olarak ifade edebilirim. Çalışanlarımızın yüzde 67'si Y Kuşağı'ndan yüzde 5'i ise Z Kuşağı'ndan oluşuyor. Genç jenerasyonu daha iyi anlamak, onların potansiyellerini daha güçlü bir şekilde ortaya çıkarmak amacıyla kurmuş olduğumuz 'Nielsen Generation' çalışma grubu da yeni bir oluşum. Hem çalışanlarımızı mutlu edeceğini hem de işimize katkıda bulunacağını düşünüyoruz."

NIELSEN 'WIN' (WOMEN İN NIELSEN) EKİBİ

"MCKINSEY AND COMPANY DANIŞMANLIK FİRMASI 2014 YILINDA BİR ÇALIŞMA GERÇEKLEŞTİRDİ. BU KAPSAMDA ÇEŞİTLİLİĞİN İŞ SONUÇLARINA DAHA ÇOK FİNANSAL AÇIDAN, NET KÂR VE GELİRE OLAN ETKİSİ İNCELENDİ. 800 FİRMA BU ARAŞTIRMAYA KATILDI. ARAŞTIRMA SONUCUNDA KADINLAR ÖZELİNDE ÇEŞİTLİLİĞİNİ ARTIRAN FİRMALARIN FİNANSAL SONUÇLARININ YÜZDE 15 DAHA İYİ OLDUĞU ORTAYA ÇIKTI"

yılında bir çalışma gerçekleştirdi. Çeşitliliğin iş sonuçlarına, daha çok finansal açıdan, net kâr ve gelire olan etkisini inceledi. 800 firma bu araştırmaya katıldı. Araştırma sonucunda kadınlar özelinde çeşitliliğini artıran firmaların finansal sonuçlarının yüzde 15 daha iyi olduğu ortaya çıktı. 2017 yılında bu çalışma tekrarlandı. Bu kez 1000'in üzerinde firma dahil edildi ve çalışma daha global bir hale getirildi. Sonuçlar yüzde 17'ye yükseldi. Kadınların daha fazla olduğu firmaların finansal sonuçları, diğer firmalara kıyasla yüzde 17 daha iyi durumda.

"PAY PARITY'NİN ANLAMI DEĞİŞTİ VE HER SEVİYEDE EŞİT ORANDA KADIN KAVRAMI EKLENDİ"

Orta ve uzun vadede yönetim, liderlik, motivasyon ve yetenek yönetimi açısından çeşitlilik ve kapsayıcılık başlığı altında ne gibi inovatif trendlerin öne çıkacağını düşünüyorsunuz?

Günümüzde Avrupa'da 'aynı işe eşit ücret' politikası benimsenmeye başlandı. Çeşitlilik adı altında bir firmanın bütün gelirine bakıyoruz. Aynı işte çalışanlar kadın ya da erkek olsun eşit ücret alıyorlar mı almıyorlar mı, buna göre bir değerlendirme yapılıyor. Şimdi bu konseptin içeriği, tanımı değişti. Aynı işe eşit ücretin bir adım ilerisi haline geldi. Toplam nüfusa bakıyoruz ve oradan kadın-erkek sayısını değerlendiriyoruz. Şimdi şirketlerin, kurum bünyesindeki kadın çalışanların toplamına ödediği ücretin, erkek çalışanların toplamına ödediği ücrete eşit olması gerekiyor. Bu ikisinin eşit olabilmesi için giriş seviyesi, orta düzey yönetici ve üst düzey yönetici sayısının birbirine denk olması şart… Terazinin iki tarafının aynı olması için bütün düzeylerde kadın ve erkek sayısının eşit olması gerekiyor. Dolayısıyla 'pay parity'nin anlamı değişti ve her seviyede eşit oranda kadın kavramı eklendi. Aslında bu durum bizi Gandi'nin sözüne getiriyor: "Dünyada görmek istediğiniz değişimin kendisi olun." Bize insanların nasıl davranmasını istiyorsak, bizim de onlara aynı şekilde davranmamız gerekiyor. Bizler ne istiyoruz? Saygı duyulmasını istiyoruz, dahil edilmek istiyoruz… Aynısını bizim de gerçekleştirmemiz gerekiyor.

Çeşitlilik odaklı projeleriniz, çalışanlarınız ve müşterileriniz ile olan iletişim sürecinde nasıl bir sinerji yarattı?

Geçtiğimiz ay Avrupa seyahatlerim oldu. Çeşitlilik ve kapsayıcılık konularını daha iyi inceleyebilmek için bu seyahati gerçekleştirdim. Asıl amacım bu konuları öğrenmekti. Tabii ki öğrenmek için öncelikle dinlemek ve anlamak gerekiyor. Ben Nielsen çalışanlarını onlara birtakım talimatlar vermek, onları yönlendirmek için değil, anlamak için dinledim. Bu noktada da şunu gördüm: Müşterilerimizle çok güzel ilişkiler kurmuşuz. Çeşitlilik ve kapsayıcılık sayesinde daha sadık çalışanlarımız var. Onların sesini dinliyoruz. Ayrıca çeşitliliği ve kapsayıcılığı destekleyen liderlerimiz var. Onların çalışanlarımızı nasıl desteklediğine bizzat şahit oldum.

"ÇEŞİTLİLİK VE KAPSAYICILIK, EKİPLERİMİZDE FARKLI BAKIŞ AÇILARININ ORTAYA ÇIKMASINI SAĞLIYOR"

Çeşitlilik ve kapsayıcılık konusuna önem verdikçe çalışanlarının bağlılığının da artığını söyleyen Nielsen Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan, şu değerlendirmede bulunuyor: "Firmaya olan bağlılıkların, çalışanların birbiriyle olan iş birliklerinin artığını görüyoruz. 'Çeşitlilik ve kapsayıcılık', ekiplerimizde farklı bakış açılarının ortaya çıkmasını sağlıyor. Farklı görüşlerin daha rahat tartışılması neticesinde inovasyona daha fazla önem verebiliyoruz. Daha önce hiç kimsenin aklına gelmemiş fikirler ortaya çıkıyor. Müşterilerimizin ihtiyaçlarını daha güzel fikirlerle çözebiliyoruz. İnovasyonun sonucunda da aslında şirketimiz büyüyor. Projeye verdiğimiz önemin artmasıyla bağlılık düzeyinin de yükseldiğini görüyoruz."

2025'E KADAR 18 ELEKTRİKLİ MODEL ÜRETECEK

SON ZAMANLARDA ELEKTRİKLİ ARAÇLAR VE OTONOM SÜRÜŞ TEKNOLOJİLERİ OLDUKÇA GÜNDEMDE. OTOMOTİVİN GÜÇLÜ MARKALARI DA BU DURUMU YATIRIM PLANLARINA ALMIŞ DURUMDALAR. HYUNDAI'NIN GLOBALDE 2025 YILINA KADAR 18 ELEKTRİKLİ MODEL ÜRETME HEDEFİ BULUNUYOR... HYUNDAI ASSAN GENEL MÜDÜRÜ ÖNDER GÖKER İLE TÜRKİYE'DEKİ PAZARI, HYUNDAI'NIN YENİLİKÇİ ARAÇLARINI VE MARKANIN PAZARLAMA STRATEJİLERİNİ KONUŞTUK...

Serhan Sürücü / serhan.surucu@platinonline.com

Çok uzun süredir Hyundai çatısı altında görev yapıyorsunuz. Öncelikle sizi biraz tanıyabilir miyiz?

Ben 1991 yılından bu yana Hyundai'de çalışıyorum. Burası benim ilk iş yerim. Askerliği bitirdikten hemen sonra Hyundai'de işe başladım. Küçükken otomobillere çok meraklıydım. Küçük oyuncak arabalarım vardı. Aynı zamanda askerliğe karşı da bir merakım vardı dedemden gelen. Küçük oyuncak tabancam ve tüfeğimle oynuyordum. Zaten bizim zamanımızda çok fazla oyuncak seçeneği de yoktu. Bu sebeple büyüdüğümde ya asker olmayı istiyordum ya da otomotive yönelecektim. Ben otomotivi seçtim. 27 yıldır Hyundai'de çalışıyorum. Bunun 20 yılı satış sonrasında geçti. Son 5 yıldır da genel müdür olarak görevime devam ediyorum.

HYUNDAI ASSAN GENEL MÜDÜRÜ **ÖNDER GÖKER**

Otomotiv sektörünü genel olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu yılın ilk 6 ayına baktığımızda bir önceki yıla göre yüzde 12'lik bir daralma görüyoruz sektörün genelinde. Haziran ayında ise yüzde 38-39 gibi çok keskin bir düşüş yaşadık. Bunun sebebinin döviz kurlarından dolayı fiyat artışı olduğunu söyleyebiliriz. Bütün markalar ortalama yüzde 20'ye yakın fiyatlarını artırmak zorunda kaldılar. Biliyorsunuz, ÖTV ile ilgili sınırlamalar geldi. Yüzde 45, 50 ve 60 gibi dilimler var. Kurlar artınca fiyatlar artıyor, fiyatlar artınca da bu ÖTV dilimi üste çıkıyor. Bunun dışında kredi faizleri çok artıyor. Yılbaşında 1,39'lardaydı. Şimdi 1,90'larda. Biraz aşağı indiriyoruz o kredi faizlerini 0,99'lara getiriyoruz. Kredi faizlerini söyleyebilirim. Bu erken seçim haberiyle müşterilerde tereddütler oldu. Son 2 ayı etkiledi. Hurda yasası ile ilgili şubat ayından itibaren bilgiler pazara yayıldı. O da bir tereddüt oluşturdu. Majör sebepler bunlar.

Hyundai tarafına baktığımızda yılın ilk 6 ayını nasıl geçirdiniz? Satış rakamlarınız hakkında bilgi verir misiniz?

Marka olarak pazarda oldukça başarılıyız. Zor şartlarda pazar payımızı her zaman artıran bir marka olarak öne çıkıyoruz. Bunun en büyük sebebi ise perakende tarafımızın çok güçlü olması. Pazar payımız geçen sene ilk 6 ayda yüzde 6,1'di. Bu yılın ilk 6 ayını yüzde 6,3 ile kapadık. Toplam pazarda beşinci, binek pazarında da dördüncü sıradayız. İlk altı ayda 22 bin 189 satış gerçekleştirdik.

Döviz kurlarının satışlar üzerinde nasıl bir etkisi oldu?

Biz otomobillerimizi Euro ile ithal ediyoruz. İzmit'te bir fabrikamız var. i10 ve i20 modellerimiz orada üretiliyor. Bu 2 modelin toplam satışlarımızdaki payı

yüzde 40. Geri kalan yüzde 60'lık bölümü ithal ediyoruz. Kore'den, Çek Cumhuriyeti'nden Euro ile alıyoruz. Bu sebeple bizi çok etkiliyor. Bu döviz kurlarına bir yere kadar dayanmaya çalışıyoruz. Fakat dediğim gibi ilk yarıyılda kurlar kadar fiyatlarımızı da artırmak zorunda kaldık. Kur farkını fiyatlarımıza yansıttık. Yüzde 20'ye yakın. Sektör ortalaması da zaten o civardır.

Yıl sonuna yönelik öngörüleriniz neler?
Sektör geneline baktığımızda, geçtiğimiz yıla oranla yıl boyunca yüzde 20'lik bir daralmanın olacağını öngörüyorum. Bizim tarafımızda ise yıl sonunda 50 bin satış hedefliyorduk. Şimdi bu rakamı yeniden gözden geçiriyoruz.

Hyundai'nin i10 ve i20 modellerinin İzmit'te üretildiğini söylediniz. Üretim tesisiniz hakkında bilgi verebilir misiniz?
İzmit'teki fabrikamızda üretime 1997 yılında başladık. 245 bin üretim kapasiteli fabrikamızda i10 ve i20 modellerimizi üretiyoruz. Bu üretimin yüzde 90'ı, başta Almanya, İtalya, Fransa ve İngiltere olmak üzere Avrupa Birliği ülkelerine gidiyor. Bizim bu yılki üretim hedefimiz 207 bin.

Başka modellerin de Türkiye'de üretilmesi söz konusu mu?
Gelecekteki yatırım planlarıyla ilgili çalışmalar var. Bunlarla ilgili açıklamalarda da yapıldı. i10 ve i20 modellerine devam edilecek fakat i20 modelinin özellikle başka kasaları, SUV'si, sedanının üretilmesi de planlanıyor.

Hyundai'nin global alternatif yakıtlı modelleri hakkında neler söylersiniz?
Biz yeni teknolojiler konusunda çok ileri bir markayız. Oldukça uzun bir süre önce hidrojen ile çalışan otomobillere yatırımımızı yaptık ve ix35 modelimizle dünyada ilk defa seri üreten marka olduk. Şimdi ona alternatif olarak yakıt hücreli yani hidrojenle çalışan NEXO adında bir modelimizin satışına başladık. Bu otomobilin 800 km menzili var ve 163 beygir gücünde. Oldukça seri bir otomobil diyebilirim. Bunun dışında elektrikli araçlarımız var. Bizim Türkiye'ye getirdiğimiz IONIQ var, hibrit modelimiz. Ioniq'in tam elektrikli motoru ve plug-in dediğimiz fişe takılı şarj eden modelleri de var. Ayrıca KONA'nın elektriklisi var. Bu pazar hızla büyüyor. Hyundai'nin hedefi, 2025 yılına kadar globalde 18 tane yeni elektrikle çalışan modelin lansmanını gerçekleştirmek…

Türkiye'deki şarj istasyonları yeterli mi?
Hayır yeterli değil fakat hızla gelişiyor. Yatırımlar duyuyoruz. Özellikle milli aracın elektrikli olacağını dikkate alırsak beklenenden daha hızlı yayılacağını tahmin ediyoruz Türkiye'de. Şu anda benzin istasyonlarında ve bazı AVM'lerde var. Özel park alanları ayrılıyor onlara. Türkiye'deki altyapı tamamlandıktan sonra IONIQ ve KONA'nın elektrikli modellerini getirebiliriz.

Pazarlama stratejiniz nedir?
Pazarlama konusunda çok dinamiğiz. Özellikle son yıllarda değişik projelerimiz var. Geçen sene İstanbul Autoshow'da, Otomotiv Distribütörleri Derneği tarafından her yıl verilen Gladyatörler Ödülü'nde 'En İyi Fuar Standı' seçildik. Bu sene de pop-up showroom adında yeni bir konsept oluşturduk. 3 tane konteynerdan oluşuyor bu konsept. Hareketli showroom diyebiliriz. Bildiğiniz showroomları dışarıda kuruyoruz. Türkiye'nin 6 ayrı şehrine gittik. Ciddi rakamlarda müşteri bilgileri topladık. Test sürüş imkanı sağladık. KONA'nın tanıtımında bunu kullandık. Hyundai globalde de yılın projesi seçildi. Onun dışında büyük etkinliklerde yer alıyoruz. Üniversitedeki festivallerde yer almaya çalışıyoruz. Sponsorluklarımız var. Oldukça aktif ve dinamik bir pazarlama ekibine sahibiz. Programlarımızı da bu yönde hareketli tutuyoruz. En çok önem verdiğimiz nokta, Hyundai'yi hâlâ tanımayan, hâlâ test etmeyen müşterilerimiz varsa onları Hyundai otomobillerimizle buluşturmak...

"MARKA OLARAK PAZARDA OLDUKÇA BAŞARILIYIZ. PAZAR PAYIMIZ GEÇEN SENE İLK 6 AYDA YÜZDE 6,1'Dİ TOPLAM PAZARDA. BU YILIN İLK 6 AYINI YÜZDE 6,3 İLE KAPADIK. TOPLAM PAZARDA BEŞİNCİ, BİNEK PAZARINDA DA DÖRDÜNCÜ SIRADAYIZ. İLK ALTI AYDA 22 BİN 189 SATIŞ GERÇEKLEŞTİRDİK"

Tüketicilerin eğilimleri ne yönde? Ne gibi farklı beklentiler öne çıkıyor?
Hyundai özelinde baktığımızda kadın müşteri sayımız artıyor. Özellikle B-SUV ve C-SUV segmentlerinde kadınların ilgisini çekmeye başladık diyebilirim. Bu arada C-SUV segmentinde Tucson modelimiz var. Bu benzinli bir model. Bu modelden bu yılın ilk 6 ayında 3 bin tane sattık. Bunun dizeli geliyor Ağustos ayının başında. Satışlarımızı ciddi oranda artıracağız. Kadın müşteriler ve yeni jenerasyon otomobillerdeki multimedya özelliklerine çok meraklılar. Tüketicinin eğiliminin bu yönde olduğunu söyleyebilirim.

Rekabette hangi stratejilerle fark yaratıyorsunuz?
Teknolojiler artık birbirine benzedi. Tasarımlar çok birbirine yakın. Hyundai tasarıma ciddi yatırım yapan bir marka. Bunu da i serileriyle göstermeye başladı. Yeni modellerimizde tasarımda yaptığımız araştırmalarla hep ön plana çıkıyoruz. Bu da müşterilerin tercih sebepleri arasında geliyor. Hyundai'nin fark yarattığı alanlar, tasarım, kalite, teknoloji ve satış sonrası. Müşteri memnuniyetinde yapılan araştırmalarda Hyundai hep satış sonrasında birinci sırayı alıyor. Tabii bunu gerçekleştirmek için geçmişte uzun süreler belli yatırımlar yapıldı, eğitimler verildi. Şimdi bunun meyvelerini topluyoruz. Bir de çok hızlı servisimiz var. Tüketicinin en önem verdiği şey zaman. Hyundai servisleri çok hızlı olmasından dolayı rekabette önemli bir fark yaratıyor.

Geleceğe yönelik plan ve projelerinizi paylaşır mısınız?
Bu sene iş planlarımızdaki hedeflerimizi gerçekleştirmek istiyoruz. Onun dışında markamızı daha üst sıralara taşımak için çalışmalar sürüyor. Özellikle marka bilinirliğimizi artırmak için çeşitli yatırımlarımız oluyor. Olmaya da devam edecek.

[ETKİNLİK]

HAYALLERİNİ DENİZE BIRAKAN KADINLAR

TÜRKİYE'DE BİR İLK OLAN DENİZ KIZI ULUSAL KADIN YELKEN KUPASI ÜÇÜNCÜ KEZ 7, 8, 9 EYLÜL TARİHLERİNDE İSTANBUL'DA CADDEBOSTAN-ADALAR PARKURUNDA DÜZENLENECEK. BU KUPANIN ORGANİZASYON KOMİTESİNİN ÜYELERİ ARASINDA İŞ DÜNYASINDAN TANIDIĞIMIZ 3 İSİM VAR. DIANA MİSİM, ARZU ÇEKİRGE PAKSOY VE SERAP GÖKÇEBAY İLE HAYALLERİNİ GERÇEĞE DÖNÜŞTÜRDÜKLERİ ORGANİZASYON HAKKINDA KONUŞTUK...

Duygu Sayıner
duygu.sayiner@platinonline.com

DENİZ KIZI ULUSAL KADIN YELKEN KUPASI ORGANİZASYON KOMİTESİ ÜYELERİ **DIANA MİSİM**, **ARZU ÇEKİRGE PAKSOY** VE **SERAP GÖKÇEBAY**

Türkiye'de kadınlara yönelik ilk ulusal yelken yarışı olma özelliğini taşıyan Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupası, bu yıl üçüncü kez düzenlenecek. Türkiye Yelken Federasyonu'nun himayesinde, İstanbul Yelken Kulübü'nün iş birliği ile 7, 8, 9 Eylül'de gerçekleşecek yarışma, yelken tutkusunu yarış heyecanıyla birleştirerek kadınların yelken sporuna olan ilgisini artırmayı, ülkemizdeki kadın yelkenciliğini desteklemeyi, yeni sporcular yetişmesine fırsat sağlamayı ve kadın yelkencileri motive etmeyi hedefliyor. Organizasyonun komite üyeleri arasında ise iş dünyasından tanıdığımız 3 isim var. Diana Misim, Arzu Çekirge Paksoy ve Serap Gökçebay...

Yelken tutkusu ile yarış heyecanını birleştirerek kadın yelken kupası hayaline dönüştüren Diana Misim, IBM'de satış temsilciliğinden Koç-Bryce'ın genel müdürlüğüne uzanan profesyonel kariyerine 2008'de kurduğu Guru Yönetim Danışmanlık ile üst düzey yönetim ve liderlik koçu, organizasyonel ilişki sistemleri ve takım koçu, değişim yönetimi ve yönetim danışmanı olarak devam ediyor. Kadın Yelken Kupası hayalini hayata geçiren Arzu Paksoy ise, 16 yıl boyunca Sabancı Holding Kurumsal İletişim Direktörü ve rahmetli Sakıp Sabancı'nın basın danışmanı olarak çalışmıştı. Kurucu ortağı olduğu Türkiye'nin ilk sosyal sorumluluk odaklı şirketi olan ARPR İletişim, pek çok ulusal ve uluslararası kuruma danışmanlık veriyor.

Toyota, GM-Opel, McDonald's gibi lider uluslararası markalarda kurumsal iletişim yöneticisi, TÜHİD, McDonald's Çocuk Vakfı gibi çeşitli STK'larda yönetim kurulu ve mütevelli heyet üyesi olarak çalışan Serap Gökçebay, McDonalds Çocuk Vakfı'nın kuruluşunu da koordine etmişti. Kadın Yelken Kupası Organizasyon Komitesi üyesi olan Serap Gökçebay, üniversitelerde iletişim konusunda ders veriyor.

Diana Misim, Arzu Çekirge Paksoy ve Serap Gökçebay ile düzenlenecek organizasyon hakkında konuştuk...

▸ Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupası hakkında bilgi verebilir misiniz? Kaç yıldır düzenleniyor? Geçmiş organizasyonlar nasıldı?

Diana Misim: Türkiye'de kadınlara yönelik ilk ulusal yelken yarışı olma özelliğini taşıyan Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupası'nı bu yıl üçüncü kez düzenliyoruz. Bu kupa ile ülkemizde yelken sporuna olan ilgiyi artırmayı hedeflerken özellikle yelkenci kadın sayısını yükseltmeyi ve mevcut kadın yelkencileri motive etmeyi hedefledik. Yelken sporuna olan ilgi son yıllarda çok artıyor. Pek çok

kurum çalışanlarına yelken eğitimleri aldırıyor, takımlar oluşturuyor ve yarışlara katılıyor. Ancak bu takımların çoğunluğu erkek sporculardan oluşuyor. Karma takımlar da var tabii ama bu takımlardaki kadın sayısı çok düşük. Büyük resme bakacak olursak Yelken Federasyonu'na kayıtlı 6 bin sporcu var ama bunların yüzde onu bile kadın değil maalesef. Deniz Kızı Ulusal Yelken Kupası ile 2 sene içinde 150 kadın sporcu ilk kez yelken ile tanıştı, ilk kez yarışa katıldı… Biz bu rakamı çok önemsiyoruz ve hedefimize ulaşmak için doğru yolda olduğumuza inanıyoruz.

▸ Bu yıl organizasyonda neler göreceğiz?

Serap Gökçebay: Çok uzun yıllar profesyonel iş insanları olarak çalışmış olan biz Kupa'nın yaratıcıları, projenin çıkış noktasında, kadınların yelken sporunu ilgisini artırmayı hedeflerken iş hayatındaki kadının takım olma, hedefe ulaşma, zor koşullarla mücadele gibi kişisel yetkinliklerini geliştirmesine de destek olmayı amaçlamıştık. İlk 2 sene, Türkiye'nin lider kurumlarında çalışan kadınlardan oluşan, yani 'kurumsal kadın takımları' yarıştı. İstanbul Yelken Kulübü'nün iş birliği ile 7, 8, 9 Eylül'de gerçekleştirileceğimiz 3. Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupası'nda bu yıl bir ilke imza atıyoruz. Bu sene kurumsal takımların yanında 'bireysel kadın takımları' da yarışabilecek. Yelken tutkunu 7 arkadaşın bir araya gelerek oluşturacakları bireysel takımların da kupamızda yer alacak olması, Deniz Kızı Kupası'nı daha keyifli bir hale getirecek. Bu sene ayrıca Deniz Kuvvetleri'nin kadın yelkencileri de yarışımıza katılacak. Bu bize hem büyük bir gurur hem de mutluluk veriyor…

▸ Düzenlenen organizasyonun sosyal sorumluluk tarafı ile ilgili neler söylersiniz?

Arzu Çekirge Paksoy: Kadınları yelken sporuyla tanıştırmak ve kadın yelkenci sayısını artırmak hedefiyle yola çıktığımız bu projede sosyal sorumluluk boyutu ile fark yaratmak istedik. Sadece kadınların yarıştığı bu kupanın gelirinin bir bölümü ile kadınlar için çalışan sivil toplum kuruluşlarına destek olmaya

karar verdik. Bu bağlamda ilk iki yıl, ülkemizin en saygın sivil toplum kuruluşlarından biri olan AÇEV'e destek olduk ve bu yıl da olmaya devam edeceğiz. Kupa kapsamında ayrıca HeforShe oluşumuna, 'Kızlar Atakta' projesine de destek veriyoruz. Özetle, Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupamız ve bu kupanın yaratıcıları olarak bizlerin sosyal sorumluluk anlayışıyla iyiliğe de yelken açıyoruz. Amacımız iyiliğe yelken açan kadın yelkencilerin sayılarının artması ve ülkemizde kadın yelkenciliğinin gelişmesi.

▸ Yarışmaya katılım şartlarıyla ilgili bilgi verebilir misiniz?

Serap Gökçebay: Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupası; Türkiye Yelken Federasyonu'nun himayesinde, İstanbul Yelken Kulübü'nün iş birliği ile 7, 8, 9 Eylül'de İstanbul Caddebostan-Adalar parkurunda gerçekleşecek. Yarışlara, 2018 yılı IRC Ölçü Belgesi'ne göre tüm IRC sınıfında olan tekneler ile yat sınıfı özelliklerini taşıyıp IRC ölçü belgesi edinmemiş içten takma bir motoru olan tek-

deniz kızı
ULUSAL KADIN YELKEN KUPASI

TÜRKİYE YELKEN FEDERASYONU'NUN HİMAYESİNDE, İSTANBUL YELKEN KULÜBÜ'NÜN İŞ BİRLİĞİ İLE GERÇEKLEŞECEK YARIŞMA, YELKEN TUTKUSUNU YARIŞ HEYECANIYLA BİRLEŞTİREREK KADINLARIN YELKEN SPORUNA OLAN İLGİSİNİ ARTIRMAYI, ÜLKEMİZDEKİ KADIN YELKENCİLİĞİNİ DESTEKLEMEYİ, YENİ SPORCULAR YETİŞMESİNE FIRSAT SAĞLAMAYI VE KADIN YELKENCİLERİ MOTİVE ETMEYİ HEDEFLİYOR

neler katılabiliyor. Ayrıca 'Gezgin' sınıfında yarışmayı kabul eden, yarış ve güvenlik kuralları çerçevesinde yarışmaya uygun donanıma sahip tüm yelkenli teknelere de açık olacak. Deniz Kızı Ulusal Kadın Yelken Kupası'na kurumsal olarak katılmak isteyen takımlar, eğer eğitimleri varsa direkt olarak kayıt yaptırıp katılabilir. Kupaya katılmak isteyen ancak hiç yelken eğitimi olmayan takımlar ise minimum 16 saatlik eğitim programından geçerek yarışabilir.

▸ Katılımcı kurumlar netleşti mi?

Arzu Çekirge Paksoy: Geçen yıllarda katılan takımların pek çoğu bu sene de yarışacak. Geçen yıllarda Arçelik, Türk Telekom, Borusan Otomotiv, Fiba Factoring, Ford Otosan, Garanti Bankası, Garanti Emeklilik, Eker, Sahibinden.com, Ravago, Innova, Minerva, AÇEV takımları katılmıştı. Bu sene Burgan Bank ve Duna Pack gibi kurumsal yeni katılımcılarımız olacağı gibi bireysel takımlarımız da olacak. Bu sene ilk kez kupamıza katılacak olan Deniz Kuvvetleri Kadın Yelken Takımı'nın da güçlü takımlardan biri olacağını düşünüyoruz.

▸ Türkiye'de yelken sporunu geliştirmek ve bu sporun daha fazla kadınla tanışabilmesi için başka neler yapılabilir?

Diana Misim: Öncelikle kurumların bu konuya ilgi duyması ve kadın yelken takımlarının oluşmasını desteklemesi önemli. Çünkü yelken bir takım sporu ve çalışanların iş performanslarını olumlu yönde etkileyebilecek, takımdaşlık duygusunu yükseltecek bir spor. Ancak yelken yapabilmek için bir teknenizin olması gerekiyor.

Dolayısıyla belirli bir maliyeti de olan bir spor. O nedenle kurumsal yapıların bunu desteklemesi çok önemli. Bir şirkette çalışmayan ya da çalıştığı şirketin yelkene ilgisi yoksa da, isteyen herkes yelken ihtisas kulüplerinin eğitim programlarına dahil olarak ya da yelken eğitimi veren okullar ile anlaşarak bu sporu öğrenebilir. Biz Deniz Kızı Organizasyon ekibi olarak girişimini başlattığımız Kadın Yelkenciler Platformu ile bu alanda bir boşluğu dolduracağımıza inanıyoruz.

BLOCKCHAIN KONUSUNDAKİ BİLGİ UÇURUMU, YENİ BİR GİRİŞİM DOĞURDU

DISCOVERBLOCKCHAIN, BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİ İLE E-ÖĞRENME PLATFORMU YA DA SERBEST VE PROFESYONEL KİŞİLER İÇİN PİYASALAR ÜZERİNE ÇALIŞAN BİRKAÇ PLATFORMUN AKSİNE, BU İKİ TEMEL HİZMETİN ORTAK İNŞA EDİLDİĞİ BİR PLATFORM YARATMASIYLA SON DÖNEMİN DİKKAT ÇEKEN GİRİŞİMLERİNDEN. DISCOVERBLOCKCHAIN KURUCU CEO'SU MELİSSA YACOUB, KULLANICILARIN GÜVENLİ BİR ŞEKİLDE ÇALIŞMASINI VE BİLGİ ALIŞVERİŞİNDE BULUNMASINI SAĞLAYACAK BLOCKCHAIN TABANLI BİR AĞ GELİŞTİRMEYİ PLANLADIKLARINI BELİRTİYOR

Mustafa Gündoğdu / mustafa.gundogdu@platinonline.com

2017 yılına kadar Avrupa'da pek çok konferansa ve blockchain konulu zirveye katıldıktan sonra, blockchain konusunda fikirler sunan proje yöneticilerinin ve bu teknolojiyi anlamaya çalışan kitle arasında bir bilgi uçurumu olduğunu fark ettiklerini ifade eden DiscoverBlockchain Kurucu CEO'su Melissa Yacoub, şirketlerini tam da bu noktada kurduklarını söylüyor. Ardından bireylerin öğrenmek, öğretmek, çalışmak ve ilgilileri işe almak için kullanabilecekleri, blockchain üzerine açık bir platform oluşturmak istediklerini belirten Yacoub, teknolojinin kendisini kullanan blockchain sektöründeki eğitim ve işe alımlarla ilgili boşluğu doldurma fikrinin, 2017 Kasım ayında meydana geldiğini ve Şubat 2018'den itibaren de bu fikri hayata geçirdiklerini kaydediyor.

DiscoverBlockchain olarak rakiplerinizden farklılaştığınız noktalar neler? Platformunuzdan bahsedebilir misiniz?

Her ne kadar rekabet sözcüğünden hoşlanmıyor olsak da, blockchain teknolojisi ile e-öğrenme platformu ya da serbest (freelance) ve profesyonel kişiler için piyasalar üzerine çalışan birkaç platform olduğunu biliyoruz. Bizim sunduğumuz şey, bu iki temel hizmetin ortak inşa edildiği bir platform. Mesela bir üniversite ya da online bir sertifika programı düşünün, derecenizi ya da sertifika şartlarını tamamladıktan hemen sonra iş başı yapmanıza fırsat verilir mi? Nadiren. Bizse bu fırsatı sunuyoruz. Çünkü uygulayarak öğrenmenin gücüne çok inanıyoruz.

Blockchain üzerine çok fazla bilgi var, fakat özellikle blockchain kurslarında insanların hiç soru sormadığını, araştırmacı olmadığını gördüm. Bu yoldan ilerleyerek, bir topluluk yaratabilmek adına kurduğum DiscoverBlockchain platformunda, insanlar sıfırdan başlayarak blockchain'in tüm noktalarını, yüzde 80'i ücretsiz olan kurslarla öğrenebiliyor. İnsanlar burada kurs aldıktan sonra, skorları yüksekse kurs da verebiliyor, belli bir noktaya geldikten sonra da freelance olarak iş bulma duruma geliyor.

Kullanıcıların güvenli bir şekilde çalışmasını ve bilgi alışverişinde bulunmasını sağlayacak blockchain tabanlı bir ağ geliştirmeyi planladığınızı duyurdunuz. Bu ağ ile nasıl bir işleyiş kuracaksınız?

Platformumuz, DiscoverBlockchain'in farklı taraflarının işlevselliği için kurallar koyan akıllı sözleşmelere dayanan Ethereum tarafından destekleniyor. Kullanıcılar, etkileşimlerini ve ilişkilerini değerlendiren DSCORE dediğimiz bir metodoloji ile birbirine bağlı merkezi olmayan eş düzey bir çevrede birbirleriyle etkileşime girebilirler, bilgi alışverişinde bulunabilirler, iş bulabilirler, eğitim alabilirler ve kazanç elde edebilirler. Blockchain teknolojisinin özünü korumak ve buradaki topluluğun değerlendirmesini, kullanmasını ve kendisi için en uygun olan içeriğe karar vermesini istediğimiz için hiçbir içerik ya da iş listesini kontrol etmeyeceğiz. Her bir bireyin farklı bir öğrenme ve çalışma yönteminin olduğunun farkındayız ve bu yöntemler kesinlikle bizim kontrolümüz ya da kararımızla belirlenmemeli. Yani kısacası, blockchain'i anlamak için blockchain tabanlı bir eğitim platformunu hayata geçiriyoruz.

DSCORE metodolojinizi anlatabilir misiniz? Bu metodoloji ile kullanıcılara ne gibi olanaklar sunuyorsunuz?

DiscoverSCORE (DSCORE), platform içerisindeki mesleki faaliyetleri, kullanıcıların referanslarını ve ilgili katılımlarını doğrulamak için kullanılan yeni bir metodoloji. DiscoverBlockchain her bir kullanıcıya bir DSCORE sağlıyor. Dağıtık defter teknolojisi ile katılımlarının bir bakışta onaylı özetini sunuyor.

DSCORE dediğimiz şey, bir kullanıcının, bir öğrenci, fikir lideri, girişimci ve yüklenici olarak geçmişinin ağırlıklı toplamı. Burada algoritma, kullanıcıların çalışmalarını, zihinsel katkılarını, üretilen projeleri, üstlenilen işleri ve daha önce etkileşimde bulunulan diğer bireyleri tek bir sayıda toplar. Bu sayının değeri onların blockchain ekosistemindeki ilgili katılımlarını temsil eder.

DSCORE, katılıma içerik açısından değer biçer. Yani bu değer sadece bireyin yaptığı işlerin miktarına ya da aldığı geri dönüşlerin niteliğine bağlı olarak ortaya çıkan çizgisel bir değer değildir. Tüm girdiler, bu girdilerin değişen değerlerinin etkileşimi ile ölçülür.

'Dağıtık defter teknolojileri' denildiğinde ne anlıyoruz? Neden böyle bir protokole ihtiyaç duyuluyor?

Dağıtık defter teknolojileri, tüm üyelere belirli herhangi bir birim tarafından yönetilmeyen veya kontrol edilmeyen tek ve bütün bir görünümü olan belirli bir network sağlar. Bu da üçüncü kişileri ortadan kaldırır ve tüm katılımcılara işlem yapmak ya da bilgi alışverişinde bulunmak için eşit şartlarda fırsat verilir. Blockchain teknolojisi, bireylerin, kurumların, makinelerin ve algoritmaların bir aracıya ihtiyaç duymaları yerine, birbirleriyle serbestçe etkileşime girmelerine izin verir. Bireylerin, bilgileri birbirleriyle nasıl paylaşacaklarına ve platformlarla nasıl etkileşime gireceklerine kendilerinin karar vermesini sağlamak adına, onlara bağımsızlık tanınması için de böyle bir protokole ihtiyacımız var.

1 Ekim'de kitlesel satış gerçekleştireceğinizi belirtiyorsunuz. Bu konuyu biraz açar mısınız?

1 Ekim'den itibaren DiscoverBlockchain (DSC) token dediğimiz ödeme aracının satışına başlamayı hedefliyoruz. İnsanlar bu token'ları kullanarak platformumuzda, derslerimize kayıt yaptırabilecek, iş başvurusu yapabilecek, içerik üreterek bunlardan para kazanabilecek ve ilgili kişileri istihdam edebilecek.

İNSAN KAYNAKLARI VE İŞE ALIM ALANLARINDAKİ DENEYİMİ VE BEŞ DİLİ AKICI KULLANMASIYLA DİKKAT ÇEKEN TÜRK-LÜBNAN ASILLI GİRİŞİMCİ MELİSSA YACOUB, UZAK AĞ İLETİŞİMİ İÇİN UYGUN YENİ NESİL BİR SİSTEM OLARAK DAĞITIK DEFTER TEKNOLOJİSİNE YÖNELDİ. BAŞLANGICINDAN İTİBAREN DISCOVERBLOCKCHAIN'İN STRATEJİK VE ESTETİK HEDEFLERİ, MELİSSA YACOUB'UN LİDERLİĞİ ALTINDA KURULDU VE TAKİP EDİLDİ

DISCOVERBLOCKCHAIN KURUCU CEO'SU **MELİSSA YACOUB**

Şu an için daha çok kripto paraların öncülüğünde blockchain vurgusunu duyuyoruz. Peki özünde nasıl bir sistemden bahsetmemiz gerekiyor?

Bu sadece Türkiye için değil, dünya çapında mücadele ettiğimiz bir yanlış anlaşılma ve yanlış bir bilgi. Pek çok insan Blockchain ile kripto paranın eş anlamlı kelimeler olduğunu sanıyor. DiscoverBlockchain olarak bizler de en temelden başlayarak ve terminolojinin doğru anlam ve kullanım durumlarını kişiselleştirerek platformumuzun eğitim tarafına ağırlık veriyoruz. Oluşturduğumuz sistem, sadece çok dilli, yapay zeka tabanlı ve eşsiz olarak ölçülen bir eğitim vermiyor, aynı zamanda eğitimden freelance olarak çalışma ve ticari olarak piyasaya girmeden önce bilgilerini ilk elden uygulama süreci sağlıyor.

Önümüzdeki dönemde blockchain teknolojisinde finansal anlamda ne gibi gelişmelerin olması bekleniyor?

Blockchain teknolojisi günümüzde finansal hizmetler sektöründe en çok tartışılan konulardan biri. Güvenli, anonim ve merkezi olmayan borsa (decentralized open ledger) sistemi, bugüne kadar, kripto para biriminin altyapısı olarak hizmet verdi. Ancak özellikle FinTech'te iş süreçlerini değiştiren ve artan gerçek dünya uygulamalarını görüyoruz. Finans sektöründeki blockchain teknolojisinin kullanıldığı durumlar şunlar:

Ödeme sistemlerinin kolaylaştırılması: Blockchain tarafından desteklenen kripto para cüzdanlar, kullanıcıların kişisel kripto para birimi anahtarlarını yönetmelerine ve güvenli ve akıcı bir şekilde doğrulama işlemlerini gerçekleştirmelerine olanak sağlıyor.

Açık bankacılık: Sınır ötesi ödemeleri, merkezi olmayan kripto-bankaları, kripto-finansal hizmetler ağlarını ve P2P kredilendirme pazarlarını yeniden tanımlamak, Blockchain'in geleneksel bankacılığı etkilemesinde sadece birkaç örnek. Anlık veri paylaşımı sayesinde blockchain, bankalarda ilave verimlilik ve daha düşük maliyet işlemleri için süreci hızlandırıyor.

Ziraat Bankası
bankkart
Combo
5423 7400 0000 0000
VALID THRU 00/00
EMRE TEKİN
Ziraat Bankası
/bankkart

Bankkart Combo

Seni düşünür o

Kredi kartı ve banka kartı tek kartta!

Sizin için bir karttan daha fazlasını düşündük!

Bankkart Combo'yla kredi kartı ve banka kartını birleştirip içine sizi düşünen birçok özellik ekledik. Teknolojisiyle ve avantajlarıyla Bankkart Combo'nun hayatınızı kolaylaştıracak dünyasına sizi de bekleriz.

Seni düşünür o
bankkart
Combo

0850 258 00 00
Müşteri İletişim Merkezi
www.bankkart.com.tr

Ziraat Bankası

NEWLOOK FOR women &men

marinalar&stiller

YAZ HENÜZ BİTMEDEN

YAZ MEVSİMİNİN SON AYINI KARŞILARKEN DENİZLE İLİŞKİSİNİ DOLUDİZGİN SÜRDÜREN HERKESİN YOLU MUTLAKA MARİNALARDAN GEÇİYOR. DENİZE AÇILDIĞINIZ VEYA ZOR HAVA ŞARTLARINDA SIĞINDIĞINIZ MARİNALAR, SON DÖNEMDE HİZMETLERİYLE TEKNELİ MİSAFİRLERİNE PEK ÇOK KOLAYLIK SAĞLIYOR. TÜRKİYE'DE İRİLİ UFAKLI BİRÇOK MARİNA BULUNUYOR. BUNLARIN BAŞLICALARINI BELİRLEYEREK STİLLERE NASIL YÖN VEREBİLECEĞİNİ SİZLER İÇİN DERLEDİK

Dalida Özatay Erus / dalida.ozatay@platinonline.com

Seni düşünür o
bankkart
Combo

Bankkart Combo *Seni düşünür o*

NEWLOOK FOR women &men *marinalar & stiller*

Ataköy Marina

1

2

3

4

5

6

7

8

1 Kutnia 2 Deborah-Keith Haring koleksiyonu 3 De Siena 4 La Double J 5 Dior 6 Armaggan 7 Harry Winston 8 Michael Kors

Kredi kartı ve banka kartı tek kartta!

Palmarina Bodrum

1 Michael Kors 2 Gizia 3 Deborah-Keith Haring koleksiyonu 4 Inglot 5 Bottega Veneta 6 Emilio Pucci
7 Shiseido Ultimune 8 Carrera Americana 9 Ayşe Rodoslu 10 Ramsey Mayo 11 Vilebrequin

D Marin Surgutreis

1

2

3

4

5

6

7

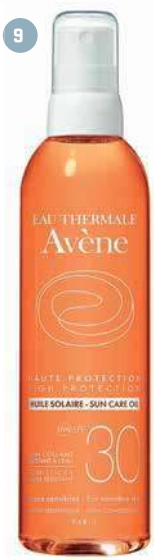
8

9

1 Fendi 2 Karen Millen 3 Kutnia 4 Kate Spade 5 Kerastase 6 Cartier 7 Vilebrequin-Havlu 8 Vilebrequin-Mayo 9 Juicy Couture

NEWLOOK FOR women &men marinalar&stiller

Antalya Marina



1 Carrera 2 Adriana Iglesias 3 Michael Kors 4 La Double J 5 Kate Spade 6 La Double J 7 Raymond Weil
8 Ayşe Rodoslu 9 Avene 30 SPF Güneş Yağı 10 Acqua di Parma-Essenza

40.000+ ekran yönetimi
20 ülkede hizmet

SİSTEM 9
DİJİTAL YAYIN VE BİLGİLENDİRME EKRANLARI İLE
KURUMUNUZU GELECEĞE TAŞIYIN!

Sistem 9'un profesyonel ekran çözümleriyle kurumunuza özel tv kanalına sahip olun, satışlarınızı artırın, kurumsal iletişiminizi güçlendirin.

PERAKENDE MAĞAZACILIK SEKTÖRÜNE ÖZEL ÇÖZÜMLERİMİZ

KURUMSAL TV | VIDEO WALL | İNTERAKTİF UYGULAMALAR | VİTRİN ÖNÜ DİJİTAL POSTER | LED EKRAN

Dijital Yayın ve Bilgilendirme Ekranları ile görsellerinizi tek merkezden güncelleyebilir, afiş veya postere dayalı matbaa ile operasyonel maliyetlerinizi ortadan kaldırabilir, satışlarınızı artırabilir ve kurumsal iletişiminizi en üst düzeye taşıyabilirsiniz.

Sistem 9; donanım, yazılım, sistem kurulumu, içerik üretim ve yönetimi, satış sonrası 7/24 teknik servis desteği ile **anahtar teslim çözümlerinin** arkasında, müşterilerinin yanında.

info@sistem9.com | www.sistem9.com | 0212 691 64 00

Sistem9
"Geleceğe Taşıyan Dijital Çözümler"

KUTLAMALARIN STİL SAHİBİ DAVETLİSİ

ERKEK GİYİMİN İKONİK MARKASI CACHAREL, SMOKİNLERİ İLE MARAKEŞ BÜYÜSÜNÜ DAVETLERE YANSITIYOR. FRANSIZ MARKA, İNCE DETAYLARDAKİ ÖZGÜN TARZINI YANSITAN PARÇALARLA CACHAREL ERKEĞİNİ YAZ KUTLAMALARININ STİL SAHİBİ DAVETLİSİ HALİNE GETİRİYOR

Dalida Özatay Erus
dalida.ozatay@platinonline.com

Fransız erkek giyim markası Cacharel; yenilikçi, rafine ve seçkin bir stil sunan koleksiyonlarıyla her sezon şıklık kodlarını yeniden yorumluyor. Zarif giyim sanatı ve modernizmin sembolü Cacharel, yaz koleksiyonu ile Marakeş büyüsünü smokin tasarımlarına yansıtıyor. Gecenin ilk anından son saatlerine kadar, stil sahibi görünümünüzü korumak Cacharel'in ipliğin bükümü sayesinde esneyebilme özelliğine sahip, yüzde 100 yün smokinlerle mümkün oluyor. Bu özel tasarım smokinler, mat kumaş dokuları sayesinde renkleri tüm gerçekliğiyle gözler önüne seriyor. Keten papyon gibi Cacharel'in ince detaylardaki özgün tarzını yansıtan parçalar yaz kutlamalarının ruhunu canlı tutuyor. Renk konumlandırmasındaki cesareti ile erkek modasına yön veren Cacharel, mavinin farklı tonlarındaki smokinleri ile yazın ruhuna uygun bir görünüm elde edilmesini sağlıyor.

KİŞİYE ÖZEL DİKİM DE YAPIYOR

En iddialı smokinlerinden olan gök mavisi smokin şal yakası ve tek düğmeli tasarımı ile davetlerde Cacharel farkını ortaya koymanızı sağlıyor. Klasik renklerin güçlü duruşunu tercih edenler için siyah ve gri smokinler de tasarlayan Cacharel, smokinlerini yüzde 100 pamuktan üretilmiş dokuma gömleklerle tamamlıyor. Kişiye özel dikim hizmeti ile kendi tarzınızı yansıtma fırsatı da sunan marka, burada zengin bir renk ve kumaş seçeneği sunuyor. Türkiye'de 21, yurt dışında 39 olmak üzere toplam 60 mağazaya sahip olan Cacharel, 1995 yılından bu yana Türkiye dahil 16 ülkede lisans sahibi Aydınlı Grup tarafından yönetiliyor.

KALİTE VE FİYAT DENGESİ İLE YENİ NESİL BİR MARKA

ERKEK GİYİMİNDE ŞIKLIK VE KALİTEYİ BULUŞTURAN HEMINGTON, MISIR'DAN GİZA PAMUĞUNU, AVUSTRALYA'DAN WOOLMARK BELGELİ MERINO YÜNÜNÜ, GÜNEY AMERİKA'DAN PİMA PAMUĞUNU, HİMALAYALAR'DAN KAŞMİRİ, İPEĞİ İSE ÇİN'DEN TEMİN EDİYOR. KALİTELİ HAMMADEYİ KOLEKSİYONLARINDA KULLANARAK FARK YARATAN MARKA, HEDEFLERİNİ DE HER GEÇEN GÜN GENİŞLETİYOR

Dalida Özatay Erus / dalida.ozatay@platinonline.com

Temelleri uzun süren bir piyasa araştırması ve konsept geliştirme çalışmaları sonunda 3 yıl önce atılan Hemington, İngiliz tarzı ile Amerikan modernizmini birleştiriyor. İyi giyime önem veren ve kendi değerinin farkında olan erkekler için hayatın her anında kendilerini özel hissettiren koleksiyonlar üreten smart casual erkek giyim markası olarak yola çıkan marka, erkeklerin günlük koşturmalarında hızlı bir şıklığa ulaşmalarını sağlıyor. Hemington koleksiyonları üretilirken saf iplikler kullanılıyor. "Çünkü en iyi kalitenin 'yüzde 100 saflık ve doğallık' olduğuna inanıyoruz" diyen Hemington CEO'su Umut Boz, Giza pamuğunu Mısır'dan, dünyanın Woolmark kalite belgesine sahip Merino yününü Avustralya'dan, Pima pamuğunu Güney Amerika'dan, saf kaşmiri Himalayalar'dan, ipeği ise anavatanı Çin'den temin ettiklerini anlatıyor. Boz, "Hemington'ı tek bir cümle ile özetlemek gerekirse; 'yüksek kalitede üretilmiş ürünü tüketicisiyle doğru fiyatla buluşturan yeni nesil bir marka' diyebiliriz. Bu bakışla da önemli bir boşluğu doldurmayı hedefliyoruz" diyor.

ÜRETİM KAPASİTESİ YILLIK 1 MİLYON ADET

Hemington'ın üretim fabrikası, Samsun'da bulunuyor. Yıllık 1 milyon adet üretim kapasiteli fabrika, 450 kişiyi istihdam ediyor. Fabrikada kadın işçi oranı ise yüzde 85 civarında. Boz, "Ürünlerimizin tamamı, dünya standartlarındaki işletmelerde teknoloji ve el emeğiyle üretiliyor" diye anlatıyor. Bünyesinde bir tasarım ekibi bulunduran marka, kış koleksiyonunda saf yün ve kaşmirden ürünlere yer verirken yaz modelleri de Giza pamuk, Pima pamuk, keten ve ipek ürünlerden oluşuyor. Çok ince, nefes alan ve özel Giza pamuğundan tüylenmeyen triko pololar ve polo t-shirtler de koleksiyonun temel parçalarını oluşturuyor. Yenilikçi ürünlerden de bahseden Umut Boz, "Özel bir teknikle işlenen merino yününden üretilen ve kırışmayan IQ koleksiyonu ile iş hayatında sürekli hareket halinde olan ve sıkça seyahate çıkan erkekler için mükemmel bir çözüm sunuyoruz" diyor. İstanbul'da Akmerkez, Suadiye, Akasya AVM, Nişantaşı City's, Mall of İstanbul ve Ataköy A Plus olmak üzere 6, Bursa'da ise bir mağaza bulunuyor. Önümüzdeki dönemde premium lokasyonlardaki konsept mağazalarla büyümeyi hedeflediklerini belirten Boz, "Planlı bir strateji ve franchise sistemiyle doğru lokasyonlarda 2019 sonunda 15, 2020 yılında 40 mağazaya ulaşacağımızı öngörüyoruz. 40 mağazadan en az 10 tanesi ise yurt dışında olacak. Franchise ve bayilik talepleri alıyoruz. İngiltere ve Kuzey Avrupa'dan başlayarak yurt dışına açılmayı hedefliyoruz. İlk başta corner, daha sonrasında ise mağazalarımızı açmayı düşünüyoruz" yorumunda bulunuyor.

HEMINGTON CEO'SU **UMUT BOZ**

"12 YILDIR İŞ HAYATINDAYIM. ÜSKÜDAR AMERİKAN LİSESİ MEZUNUYUM. KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NDE ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ'NÜ BİTİRDİKTEN SONRA BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ'NDE MBA YAPTIM. MASTER YAPARKEN AİLE ŞİRKETİMİZDE GÖREV ALMAYA BAŞLADIM. AYRICA SMART CASUAL ERKEK GİYİM MARKASI HEMINGTON'UN KURUCUSU VE GENEL MÜDÜRÜ VE BUGÜN 20 ÜLKEDE SATIŞI OLAN KNITSS MARKASININ DA KURUCU ORTAĞIYIM"

'MODA KAPIDA'

"Türkiye'de bir ilk olan 'Moda Kapıda' hizmetiyle konforunuzdan ödün vermeden bambaşka bir alışveriş deneyimi yaşatıyoruz. Hemington.com.tr'den 500 TL ve üzeri alışverişlerde özel müşteri temsilcimiz, 24 saat içerisinde, satın aldığınız ürünün bir küçük ve bir büyük bedenini, ürünü kombinleyebileceğiniz yan ürünlerle birlikte adresinize getiriyor. Böylece seçtiğiniz beden üzerinize olmazsa bile anında diğer bedenleri deneyerek iade ile uğraşmadan ve zamandan tasarruf ederek bedeninize uyan ürünü satın alabiliyorsunuz. Hemington.com.tr'den verilen İstanbul siparişlerini aynı gün teslim ediyoruz. Ayrıca online mağazamızdan yapılan tüm alışverişlerde kargo ücreti de talep etmiyoruz."

GÖZ ALICI VE YENİ NESİL MÜCEVHERİN ADI

Messika

FRANSIZ MÜCEVHER MARKASI MESSIKA, KISA SÜREDE ADINDAN SÖZ ETTİRMEYİ BAŞARDI. MARKANIN KURUCUSU VALERIE MESSIKA, BABASINDAN ALDIĞI İLHAMLA ADIM ATTIĞI PROFESYONEL YAŞAMDA, EKİBİYLE BİRLİKTE MARKASININ BAŞARI GRAFİĞİNİ HER DAİM YÜKSELTİYOR. MESSIKA TASARIMLARI, BUGÜN KIRMIZI HALIDA PEK ÇOK ÜNLÜNÜN ÜZERİNDE IŞILTISINI SAÇIYOR

Dalida Özatay Erus / dalida.ozatay@platinonline.com

MESSIKA CEO'SU VALERIE MESSIKA

2015 YILINDA 10'UNCU YILINI KUTLAYAN MESSIKA, İLK VE TEK HAUTE JOAILLERIE ATELIER'Yİ PARİS'İN KALBİNDE AÇIYOR...

Bu kez genç bir markayı zoom'luyoruz; Messika... Fransız mücevher markasının yaratıcısı Valerie Messika'nın değerli taşlarla olan iletişimi, elmas endüstrisinde yer alan babası sayesinde henüz küçük yaşlarda başlıyor. Üniversitede iletişim bölümünü tamamladıktan sonra 1972 yılından bu yana elmas sektöründe çalışan babasıyla birlikte profesyonel hayata adım atıyor. Valeri Messika; "İkimizin de elmaslara olan ortak tutkusundan dolayı onunla çalışmayı çok seviyordum. Ama bir yandan da kreatif tarafı kaçırıyordum. Kendimi ifade edebilmem gerekiyordu ancak bunu sadece taş işiyle yapamıyordum. İlk olarak, kendim için mücevher tasarımları yapmaya başladım. Birçok arkadaşım yaptığım tasarımları çok beğendi ve daha fazlasını tasarlamam için ısrar etti. Sonrasında onlar için de tasarımlar yaptım. Bu her şeyin başlangıcıydı. 2005 yılında ise Messika Paris'i yarattım" diyor.

"TASARIMLARIMA BOŞ BİR SAYFA İLE BAŞLIYORUM"

Tasarımlarının konforlu olduğuna dikkat çeken Valerie Messika, "Kadınlar, ağır mücevherlerden dolayı rahatsızlık duymadan onları kullanabilmeli. Bizi diğer markalardan ayıran en temel özellik, yaratıcılık ve cesaretteki özgürlüğümüz. Messika, 13 yıllık geçmişi olan genç bir marka. Place Vendôme'daki zengin arşivlere ve farklı tasarımlara sahip olan prestijli atölyelerin aksine, ben tasarımlarıma boş bir sayfa ile başladım.

MESSIKA HAUTE JOAILLERIE ATELIER, 130 METREKAREDE 20 KİŞİNİN ÇALIŞTIĞI BİR ALAN. BURADA ÜÇ TEKNİK RESSAM, İKİ CAD UZMANI, BİR MODELCİ, 10 KUYUMCU, İKİ DİZİCİ VE İKİ CİLALAYICI, HAYALLERDEKİ TASARIMLARIN GERÇEĞE DÖNÜŞMESİNİ SAĞLIYOR

Bazı mücevhercilik tekniklerinden beslensem de Messika'daki her yeni koleksiyon boşluğa atlamak gibidir. Süreci her zaman kesin bir brifing olmadan başlatırım" diye anlatıyor.

"OLGUN PİYASAMIZDA BÜYÜYORUZ"

2015 yılında 10'uncu yılını kutlayan Messika, ilk ve tek Haute Joaillerie Atelier'yi ise Paris'in kalbinde açıyor. Valerie Messika bu atölyede, kreatif direktör ve diğer ekiple bir arada çalışıyor. Her sezon farklı koleksiyonlar hazırlayan marka, geçtiğimiz yıl 200 adetten fazla yüksek mücevher parçası üretiyor. Üretim miktarını ise 2018 yılında daha yükseğe çıkartmayı hedefliyor. Valerie Messika rakamsal hedefleri şöyle paylaşıyor: "2019 yılı için 100 milyon Euro ciro hedefimiz vardı. Ancak 2017'de bu hedefimizi çoktan yapmıştık. Markamızın gerçek gücü, sadece açılışlarla değil, olgun piyasamızda da sürekli olarak büyümeye devam etmemizden geliyor. Piyasadaki mevcut kapılarımız da her yıl büyüyor."

"BAZI MÜCEVHERCİLİK TEKNİKLERİNDEN BESLENSEM DE MESSIKA'DAKİ HER YENİ KOLEKSİYON BOŞLUĞA ATLAMAK GİBİDİR. SÜRECİ HER ZAMAN KESİN BİR BRIFING OLMADAN BAŞLATIRIM"

AR-GE DEPARTMANINA 30 BİN EURO HARCANDI

Marka için Ar-Ge önemli... Kuyum sektörü özelinde devamlı yeni materyal ve ekipmanlar üzerine araştırmalar yapan Messika Ar-Ge departmanını bir kişi yönetiyor.

Atölyede, üç yıldan bu yana iki adet 3D baskı makinesi bulunduğuna dikkat çeken Valerie Messika, bütçelerinin gizli olduğunu hatırlatırken Ar-Ge departmanı için 30 bin Euro'nun üzerinde harcama yaptıklarını belirtiyor. Yüksek mücevher koleksiyonuna ait olan tasarımların fiyatları genellikle 100 bin ile 1.5 milyon Euro arasında değişiyor.

MESSIKA ATELIER

Paris'in merkezinde yer alan Messika Atelier, 130 metrekarede 20 kişinin çalıştığı bir alan. Burada üç teknik ressam, iki CAD uzmanı, bir modelci, 10 kuyumcu, iki dizici ve iki cilalayıcı hayallerdeki tasarımların gerçeğe dönüşmesini sağlıyor.

TÜRK PAZARINDAN MEMNUN

Türkiye' de son sekiz yıldır lüks piyasasının yükselişte olduğuna dikkat çeken Valeria Messika, böylece pek çok Fransız menşeili lüks markanın Türkiye'ye yatırım yaptığını hatırlatıyor. Türk pazarıyla beş yıl önce tanıştıklarını belirten Messika, sonuçlardan ise son derece memnun olduklarını ifade ediyor. Valeria Messika, "Messika için her şey çok hızlı ilerliyor. Sanki bir rüyanın içinde yaşıyor gibiyim! Umarım, Messika gelişmeye ve büyümeye devam eder. Henüz çok genç bir markayız ve yapmamız gereken çok fazla şey var" şeklinde duygularını ifade ediyor.

Dalida Özatay Erus / dalida.ozatay@platinonline.com

Canlı ve klasik **renkleri buluşturuyor**

GÜRMEN GROUP MARKALARDAN SORUMLU YÖNETİM KURULU ÜYESİ ZEYNEP DOĞAN

Modayı ve trendleri yakından takip etmek mesleğinin bir parçası. Erkek modasına yön veren Ramsey ve KİP'i bünyesinde bulunduran Gürmen Group Markalardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan, aile şirketindeki görevine başlamadan önce Koç Üniversitesi'nde işletme eğitiminin ardından bir yıl Milano'da Bocconi Üniversitesi'nde eğitim görüyor. Yüksek lisansını ise Galatasaray Üniversitesi'nde pazarlama iletişimi yönetimi üzerine yapıyor. Sezonun trend parçalarını gardırobuna dahil eden Doğan, moda olan ile kendisine yakışanı, tarzına uygun ürünleri harmanlıyor. Şık ve spor bir tarza sahip olan Zeynep Doğan, "Yoğun bir iş ajandam olduğu için rahatlık benim için vazgeçilmez ama şık görünmek de çok önemli. Hafta içi koşuşturması fazla olduğu için ceket-pantolon ya da pantolon-gömlek kombinlerini tercih ediyorum" diyor.

CEKETLER KURTARICISI

Canlı renkleri kullanmayı seven ama siyah ve lacivert gibi klasik renklerden de vazgeçmeyen Doğan, aksesuarlarla giyimini farklılaştırmaktan keyif alıyor. "Aksesuarların şıklığı tamamlayan aynı zamanda tarzın kişiselleştirilmesini sağlayan önemli bir detay olduğunu düşünüyorum. Abartılı olmadan mutlaka takı ve farklı aksesuar kullanırım" diyor. Saatin yanı sıra güneş gözlüğü ise her daim yanında… Ayrıca küpe, kolye ya da yüzük takmayı da seviyor… Günlük iş tarzında olduğu gibi davetlerde de ceket-pantolon kombinlerini ya da tek parça tulum ve elbise gibi modelleri tercih ediyor. Zeynep Doğan'a göre ceket, her koşulda kurtarıcı bir parça…

PRATİK BİR VALİZ HAZIRLIYOR

Sıra seyahatlere geldiğinde ise kolay kombinlenebilen, gittiği coğrafyanın mevsimsel değişimlerinden çok da etkilenmeyeceği parçalarla valiz hazırlıyor. Doğan, "Bu tip zamanlarda vazgeçemediğim ceket-pantolonlarımın yanı sıra spor-şık elbiseler de çok işime yarıyor. Bir ceketle resmiyet gerektiren ya da daha şık ortamlar için pratik kombinler yapabiliyorum. Valizde de az yer kaplıyorlar. Valizimde olası boş zamanlar için basic t-shirtler, jean, şık-spor hırka ya da yağmurluk ve spor ayakkabılarım da bulunur. Kişisel bakım ürünlerim de valizimin vazgeçilmezleridir" diye anlatıyor.

YEREL BUTİKLERDEN TASARIM ÜRÜNLERİ SEÇİYOR

Haftada üç gün pilates yapan Zeynep Doğan, dünya moda trendlerini yakından takip ederken farklı ülkelerden de alışveriş yapıyor. İşi gereği sürekli seyahatleri olduğu için bulunduğu şehirlerdeki trendleri gözlemleme fırsatı buluyor. En çok da İtalya'daki yerel butiklerden tasarım ürünler alarak gardırobunu zenginleştiriyor.

FAVORİ RENGİ, KIRMIZI

Renk konusunda tutucu olmadığını dile getiren Zeynep Doğan, sarı, narçiçeği ve kırmızı gibi canlı renkleri kullanmayı seviyor. Siyah, lacivert ve beyaz gibi klasik renkler ise stilinin temelini oluşturuyor. Favori rengi de kırmızı.

TREND

Hasır çanta ve şapkalar artık sadece sayfiyelerde kullanılmıyor. Yaz aylarında hasır aksesuarlar şehir stillerine de yön veriyor. Şapkaların yanı sıra deriyle tamamlanan hasır çantalar ise iş toplantılarında da boy gösteriyor. Yaz bitmeden sizin de tarzınıza uyumlu hasır bir aksesuar edinmenizde fayda var...

TASARIM

Heykelsi ve hikayesi olan formlar

Henüz 15 yaşındayken altın, gümüş ve değerli taşlarla tanışan Arman Suciyan, Kapalı Çarşı'da geleneksel takı yapımı becerisini güçlü bir mimari yaklaşımla geliştiriyor. Zaman içinde balmumu oyma ve modelleme sanatını mükemmelleştiren Suciyan, 1994 yılında Kent Sanat ve Tasarım Enstitüsü'ne gidiyor. Bu sırada da İngiliz kuyumcu Stephen Webster için çalışmaya başlıyor. Mezun olduktan sonra tam zamanlı bir kuyumcu ve balmumu modelcisi olarak bu ekibe katılıyor. 2004 yılından bu yana ise kendi tasarımlarını geliştiren Arman Suciyan, birkaç yıl Milano'da çalıştıktan sonra İstanbul'a dönüyor ve soyadını taşıyan markası için üretime geçiyor. 'Cesur' olarak tarif edilen koleksiyonlarında gümüşü, bronz ve altınla birleştiriyor. Heykelsi formları, uzman olduğu modellemeyle yakalıyor. Suciyan, kadınlara yönelik Odessey ve erkekler için de Dragonknot koleksiyonlarını geliştiriyor. Odessey, evrende yaratıcı bir enerji olarak yolculuk eden, seçtiği gezegene mitolojik bir kuş formunda inip gezegende hayatın başlaması için gerekli elementleri harekete geçiren bir tanrıçanın hikayesini anlatıyor. Bu koleksiyonda altın, gümüş, siyah, kahverengi ve beyaz pırlanta ve renkli safirler kullanılıyor. Dragonknot ise Uzak Doğu mitolojisi ve sanatında önemli bir yeri olan ejderha figürünü başrole koyuyor… Erkek koleksiyonunu oluşturan Dragonknot'ta 925 ayar okside gümüş ve değerli taşlarla çalışılıyor. Suciyan erkek koleksiyonunu 925 ayar gümüş ve bronz ile mine kullanılarak çalıştığı kemer tokaları da zenginleştiriyor. Arman Suciyan'ın Goldsmiths Craft Council ve DeBeers Jewelry Design Award tarafından çeşitli ödülleri de bulunuyor.

ARMAN SUCİYAN

DİJİTAL

Ve karşınızda stil ikonu Noonoouri

Sanal gerçeklik konusunu düşünüp konuşurken aslında bu gerçekliğin içinde olduğumuzun farkında mıyız? Zira yaratılan sanal karakterler, yavaş yavaş takip listemizdeki yerini alıyor. Adı Noonoouri, 18 yaşında, Paris'te yaşayan bir stil ikonu. Kısa sürede ünlü modaevlerinin dikkatini çeken Noonoouri; Dior, Versace, Louis Vuitton ve Fendi gibi markalarla da iş birliği yapıyor. Saç şekli, kusursuz makyajı ve kıskandıracak zenginlikteki gardırobuyla dikkat çeken sanal ikon, Instagram'da ise 75 bine ulaşan takipçi sayısına sahip. Noonoouri, Carine Roitfeld gibi isimlerle arkadaşlık ederken Cannes Film Festivali'ndeki Fashion For Relief moda şovunda yer aldı. Son olarak geçtiğimiz günlerde Dior'un resmi Instagram hesabını iki günlüğüne devralarak, Paris'teki Cruise 2019 koleksiyonunu tanıttığı devasa bir kampanyaya imza attı. Peki, Noonoouri nasıl doğdu? Marka ajansı Opium'un Sanat Direktörü Joerg Zuber tarafından yaratılan Noonoouri, son trendleri takip eden tam bir avatar influencer… Takipte kalın...

SOSYAL SORUMLULUK

Temiz suya ulaşmaları için

Dünyada, yaşamın kaynağı olan suya ulaşamayan pek çok insan yaşıyor. Sosyal sorumluluk bilinci ile hareket etmeye özen gösteren rock grubu Depeche Mode, İsviçreli saat markası Hublot ile üçüncü kez güçlerini birleştirdi ve temiz suya ulaşamayan ülkelere içme suyu getiren Charity: Water kuruluşu için 1.7 milyon dolar topladı. Söz konusu fon, 50 binden fazla kişiye temiz su sağlıyor. Diğer yandan Hublot ise bu çalışmayı desteklemek amacıyla iki farklı model geliştirdi. İlki 2017 yılında 250 adetle limitli üretilen model, ikincisi ise 2018 yılında üretilen, grubun 55 plağının görüntüsünü kadranında taşıyan yani 55 farklı kadranlı Big Bang Unico Depeche Mode The Singles Limited Edition koleksiyonu oldu.

TITANIC HOTELS'İN YENİ YILDIZI BEYOĞLU'NDA PARLIYOR

TÜRKİYE VE ALMANYA'NIN EN ÖZEL NOKTALARINDA HEM KONUMUYLA HEM DE YAPTIĞI YATIRIMLARLA TOPLAM 12 OTEL İŞLETMESİNE SAHİP, AYRICALIKLI HİZMET ANLAYIŞIYLA DİKKATLERİ ÜZERİNE ÇEKEN TITANIC HOTELS'İN ŞEHRİN MERKEZİNDEKİ EN YENİ ÜYESİ TITANIC DOWNTOWN BEYOĞLU AÇILIYOR

Titanic Hotels'in İstanbul'un en önemli tarihi ve modern dokusunun yer aldığı iş, sanat ve eğlencenin kalbi sayılan merkezi Beyoğlu'nda en yeni üyesi Titanic Downtown Beyoğlu, misafirlerini ağırlamaya hazırlanıyor. 25 bin metrekarelik alan üzerine kurulu Titanic Downtown Beyoğlu özellikle kurumsal misafirlerine sağladığı kolay ulaşımıyla dikkatleri üzerine çekiyor. Sunduğu alternatifli oda seçenekleriyle bireysel misafirlerine olduğu gibi kurumsal misafirlerine de hizmette sınır tanımayan otel, Atatürk Havalimanı'na 19 km, Yeni Havalimanı'na 49 km, Sabiha Gökçen Havalimanı'na 45 km, Taksim merkeze 3 km ve metroya 1 km mesafede yer alıyor. Titanic Hotels, misafirlerine şehrin diğer yerlerine kolayca ulaşım sağlaması için gün boyu shuttle servisi sağlıyor. Merkezi lokasyonu, farklı ve fonksiyonel tasarımıyla toplamda 7 adet toplantı salonu, sunduğu kapsamlı hizmetleri ve son teknoloji ile donanımlı toplantı ekipmanları ile Titanic Downtown Beyoğlu toplantı, konferans, workshop, yönetim seminerleri ve gala yemek organizasyonları için ideal bir otel olarak dikkat çekiyor.

MERKEZİ LOKASYONU, FARKLI VE FONKSİYONEL TASARIMIYLA TOPLAMDA 7 ADET TOPLANTI SALONU, SUNDUĞU KAPSAMLI HİZMETLERİ VE SON TEKNOLOJİ İLE DONANIMLI TOPLANTI EKİPMANLARI İLE TITANIC DOWNTOWN BEYOĞLU TOPLANTI, KONFERANS, WORKSHOP, YÖNETİM SEMİNERLERİ VE GALA YEMEK ORGANİZASYONLARI İÇİN İDEAL BİR OTEL OLARAK DİKKAT ÇEKİYOR

HER DAMAK ZEVKİNE ÖZEL LEZZETLER

Titanic Downtown Beyoğlu restoranları ve hizmet kalitesiyle de adından söz ettiriyor. Lobi katında karşınıza çıkan Alesta Restaurant'ta 07.00 ile 11.00 aralığında kahvaltınızı edebilir, grup yemeği ve davetlerinizi Alesta Restaurant'ın gün ışığı alan ambiyansında gerçekleştirebilirsiniz. Lobi katında bulunan bir diğer bir mekan olan Caprice Lounge & Bar, keyifli sohbetlerinize VIP salonları ve lezzetli atıştırmalık menüsüyle eşlik ediyor. 24 saat sınırsız hizmet veren Caprice Lounge & Bar, misafirlerin gün boyu tercih edebileceği ideal bir mekan olarak göze çarpıyor. Türk mutfağı ve kültürü tutkunlarının severek ziyaret edeceği Sett Modern'de akşam yemeğinize Ege ve Akdeniz mezeleri eşliğinde başlayabilir, 45'lik Türkçe şarkılarla birlikte sıra dışı ve eğlence dolu bir akşam geçirebilirsiniz. Sett Modern ayrıca, set menü ve A'la Carte seçenekleriyle yemek keyfini tamamen misafirlerinin seçimine bırakıyor. Özellikle küçük grup ve VIP misafirlerin kahvaltı için vazgeçilmezi olmaya aday La Paglia Fine Dining, İtalyan ve füzyon mutfağına dahil lezzetleri de keyifli ambiyansında sunuyor. Haftanın belirli günlerinde canlı müzik ile eğlence dolu anlar yaşatan restoran, 12:00 ile 23:00 arası hizmet veriyor.

HUZUR VE YENİLENME MERKEZİ BEFINE SPORTS & SPA

2 bin metrekare alanda hizmet veren Befine Sports&SPA'da alanında uzman eğitmenler eşliğinde spor yapılabilecek tam donanımlı fitness merkezi, çok amaçlı grup egzersiz stüdyoları ve kapalı havuz bulunuyor. Geleneksel Türk hamamından uzman ellerin yaptığı rahatlatıcı masaj uygulamalarına, buhar odasından saunasına kadar Befine Sports & SPA misafirlerine ruhlarını ve bedenlerini dinlendirme imkanı sunuyor. Bedeninizi ve ruhunuzu zinde tutmanız için tüm olanakların sunulduğu bu tesiste ebeveynleri spor yaparken çocukların da keyifli vakit geçirebilecekleri Tini Kids Club da bulunuyor.

AMAC AEROSPACE GRUP CEO'SU
KADRİ MUHİDDİN

MUĞLA'YI BÖLGENİN UÇAK BAKIM ÜSSÜ YAPACAK

AMAC AEROSPACE, İSTANBUL ATATÜRK HAVALİMANI'NDAN SONRA İKİNCİ HANGARINI MİLAS-BODRUM HAVALİMANI'NDA AÇTI. YAZ AYLARINDA AYDA ORTALAMA 2 BİN UÇAĞIN İNİŞ GERÇEKLEŞTİRDİĞİ MİLAS-BODRUM HAVALİMANI'NDA AÇILAN HANGAR, AYNI ANDA 20 ÖZEL JETE HİZMET VEREBİLECEK

Dünyanın en büyük uçak bakım ve modifikasyon firmalarından AMAC Aerospace, Türkiye'deki ikinci hangarının açılışını Milas-Bodrum Havalimanı'nda gerçekleştirdi. AMAC Aerospace, Türkiye'de 2012 yılında kurduğu AMAC Aerospace Turkey ile ilk olarak İstanbul Atatürk Havalimanı'nda yer alan hangarıyla hizmet vermeye başlamıştı. Milas-Bodrum Havalimanı'nda hizmete başlayan hangarda aynı anda 20 adet özel jete hizmet verilebilirken 6 bin 600 metrekarelik kapalı alanıyla Boeing 777 gibi büyük gövdeli uçaklara da bakım yapılabilecek. 15 milyon doların üzerinde bir yatırımla tamamlanan hangar, yaz aylarında Bodrum ve çevre bölgeleri tercih edenlerin özel jetlerine hizmet verirken, kış aylarında ise havayolu şirketlerinin orta ve büyük gövdeli uçaklarına bakım ve teknik servis imkanı sunacak. Muğla'yı uçak bakımında Orta Doğu, Afrika ve Avrupa arasında merkez haline getirmeyi hedefleyen AMAC Aerospace, Milas-Bodrum Havalimanı'na kış aylarında da hareketlilik katmayı hedefliyor.

15 MİLYON DOLARIN ÜZERİNDE BİR YATIRIMLA MİLAS-BODRUM HAVALİMANI'NDA AÇILAN HANGARDA AYNI ANDA 20 ADET ÖZEL JETE HİZMET VERİLEBİLİRKEN 6 BİN 600 METREKARELİK KAPALI ALANIYLA BOEING 777 GİBİ BÜYÜK GÖVDELİ UÇAKLARA DA BAKIM VE TEKNİK SERVİS DESTEĞİ SAĞLANABİLECEK

YENİ HANGAR YATIRIMININ MÜJDESİ VERİLDİ

AMAC Aerospace'in yakın gelecekteki hedeflerinden bahseden AMAC Aerospace Grup CEO'su Kadri Muhiddin; "Birkaç yıl önce özel mülkiyette 150 özel uçağın bulunduğu Türkiye pazarının kısa sürede 600 uçağa ulaşacağını öngörüyoruz. Bu rakam Almanya'nın özel mülkiyetteki uçak sayısına eşit. Beklenen 4 kat artış sonrasında oluşacak talebin yanı sıra çevre ülkelerden tatil için Türkiye'yi tercih eden özel jetlerin oluşturduğu hacim, Bodrum'un özel jetler konusundaki potansiyelinin en büyük göstergesi. Her yıl yaz aylarında iki binin üzerinde özel jet Bodrum'a geliyor. AMAC Aerospace Turkey sayesinde özellikle Orta Doğu bölgesindeki özel jet sahiplerinin uçaklarının bakımı için Avrupa'ya gitmesine gerek kalmayacak. Yeni hangarımızda büyük gövdeli uçaklardan özel jetlere kadar tüm uçakların bakımını gerçekleştirebileceğiz. Türkiye ve Muğla'nın uçak bakımında bölgede merkez üs olmasını hedefliyoruz" dedi.

YENİ HAVALİMANI SEKTÖRÜ HAREKETLENDİRECEK

Kadri Muhiddin, sözlerini şöyle tamamladı: "İlerleyen yıllarda sektörün çok daha fazla gelişeceğini öngörüyoruz. Bu nedenle de hangar yatırımlarımızın sayısını da artırmayı hedefliyoruz. Özellikle yeni havalimanının da devreye girmesi Türkiye için büyük önem taşıyor. Londra, New York, Moskova ve Paris gibi birçok büyük şehirde birden fazla havalimanı var. Türkiye havacılıkta gelişmeye devam ederken biz de yatırımlarımızla buna destek olacağız."

CURIO COLLECTION BY HILTON BODRUM'A GELİYOR

HILTON, TÜRKİYE'DEKİ İLK CURIO COLLECTION RESORT OTELİNİ AÇMAK ÜZERE İNŞAAT SEKTÖRÜNDE YAKLAŞIK YARIM ASIRDIR ANKARA'YA VE TÜRKİYE'YE DAMGASINI VURAN BESA GRUP İLE ANLAŞTI. TOPLAM 85 ODALI OTEL, BODRUM'UN EGE SAHİLİNDEKİ EN ÖZEL KOYLARINDAN KÜÇÜKBÜK'TE BULUNAN BESA GRUP'A AİT THE BO VIERA YATIRIMININ BİR PARÇASI OLACAK

Curio Collection by Hilton, Amerika ve Avrupa başta olmak üzere dünyanın en seçkin 18 destinasyonunda, her biri özenle tasarlanmış 67 otelin yer aldığı özel bir koleksiyon... Bulunduğu lokasyonun yerel dokularını benzersiz bir konfor ile buluşturan Curio Collection by Hilton markası Türkiye'de ilk kez 'The BO Vue' ile Bodrum'da yaşam bulacak. The BO Vue'in tamamıyla entegre olacağı The BO Viera, villa ve rezidanslardan oluşan 330 yaşam ünitesi ile misafirlerine özel plaj, spor merkezi, SPA ve diğer tesislerden yararlanma olanağı sunuyor. BESA Grup Yönetim Kurulu Başkanı Salih Bezci, şu açıklamaları yapıyor: "The BO Viera projesi ile büyük bir hayalimizi gerçekleştirmiştik. Şimdi, Bodrum'un değerine değer katacak The BO Vue, Türkiye'de ilk kez hayata geçiyor. Hilton yöneticilerine, bu lüks markayı Türkiye'ye getirmek için BESA Grup'u tercih ettiklerinden dolayı teşekkür ederim." Otelin 2021 yılında ilk misafirlerini ağırlaması bekleniyor.

OTEL, EGE DENİZİ KIYISINDAKİ KÜÇÜKBÜK'TE 1.2 KİLOMETRE UZUNLUĞUNDA KESİNTİSİZ BİR SAHİLDE KONUMLANACAK. BODRUM HAVAALANINDAN ARABAYLA BİR SAATTEN DAHA KISA SÜREDE ULAŞILABİLECEK OLAN OTEL, BU EŞSİZ KOYU ŞEHİR MERKEZİNE BAĞLAYAN ANA YOLLARA DA KOLAY ERİŞİM AVANTAJINA SAHİP...

YENİ KEŞİFLERE İMZA ATIYOR

Otel, 100'den fazla tesise sahip Curio markasının büyüyen küresel portföyüne eklenecek. Markanın Türkiye'ye yatırım planlarında İstanbul'daki Rumeli Han ve Armand olmak üzere iki tesis daha yer alıyor. Her biri özenle seçilmiş, taklit edilemeyecek farklı özelliklerde olan ve meraklı olanlara ödül niteliğindeki simge haline gelmiş otellerin yer aldığı Curio Collection by Hilton markası, dünyada belirli lokasyonlarda bulunuyor. Bulundukları lokasyondaki dokunun Curio Collection by Hilton otelleri, şehirlerin ruhunu yansıtan, tam anlamıyla yerel mekanlar olarak göze çarpıyor. Otel, Ege Denizi kıyısındaki Küçükbük'te 1.2 kilometre uzunluğunda kesintisiz bir sahilde konumlanacak. Bodrum Havalimanı'ndan arabayla bir saatten daha kısa sürede ulaşılabilecek olan otel, bu eşsiz koyu şehir merkezine bağlayan ana yollara da kolay erişim avantajına sahip.

ODALARIN TÜMÜ DENİZ MANZARALI...

150 metrelik büyüleyici bir sahile sahip olan The BO Vue, benzersiz mutfak deneyimi ile de elit ve sofistike bir tatili tercih edenlerin gözdesi olmaya aday. Ana restoranın yanı sıra, ala carte restoran da konukların en taze malzemelerle hazırlanmış, Ege mutfağından çıkan yemeklerin tadını çıkarmaları için planlandı. The BO Vue, büyük LED ekranları, kablosuz video projektörü ve Wi-Fi dahil olmak üzere en son teknolojiye sahip toplantı salonu ile küçük toplantılar için ideal bir ortam sunacak. Otelde, egzersiz yapmak isteyenler için yüksek teknoloji ile donatılmış bir spor salonu da yer alacak.

TAHİNCİOĞLU'NDAN İLK YARIDA SATIŞ REKORU

Gayrimenkul sektörünün önde gelen isimlerinden Tahincioğlu, 2018 yılının ilk yarısında konut satışlarından 631 milyon 556 bin TL'lik ciro ile satış rekoru elde etti. Tahincioğlu tarafından Emlak Konut GYO güvencesiyle yapımı devam eden Nidapark Kayaşehir ve Nidapark İstinye projeleri de Emlak Konut GYO projeleri arasında en çok satan ilk 5 proje arasında yer aldı. Tahincioğlu'nun bu başarısına Mayıs ayında GYODER-INDER-KONUTDER iş birliği ile başlatılan 'Birlikten Güç Doğacak Türkiye Kazanacak' kampanyasının da önemli etkisi oldu. Bu kampanya kapsamında Tahincioğlu 130 bağımsız bölüm ve 140 milyon TL'lik satış gerçekleştirdi. Tahincioğlu'nun yılın ilk 6 aylık dönemindeki performansını değerlendiren Tahincioğlu Yönetim Kurulu

TAHİNCİOĞLU YÖNETİM KURULU BAŞKANI ÖZCAN TAHİNCİOĞLU

Başkanı Özcan Tahincioğlu, konuyla ilgili şu açıklamalarda bulundu: "2018 yılının ilk yarısını mevcut piyasa koşullarına rağmen satışlar açısından oldukça başarılı geçirdik. Emlak Konut GYO'nun açıkladığı ilk yarı satışlarına göre, Nidapark Kayaşehir ve Nidapark İstinye en çok satan ilk 5 proje arasında yer aldı. Emlak Konut GYO ile ortaklaşa gerçekleşen Nidapark Kayaşehir, Nidapark Küçükyalı ve Nidapark İstinye projeleri ile ilk 6 ayda 535 milyon satış cirosu elde ettik. Çağrı merkezimizi projelerimiz hakkında bilgi almak için 10 binden fazla kişi aradı. Dijital kampanyalarımızda 1.3 milyar erişim sağladık, 2.8 milyon kişi web sitelerimizi ziyaret etti ve 10 bin 600 adet talep topladık. Bu yıl satış ofislerimizi 15 bin 500 kişi ziyaret etti. Bu rakamlar konut sahibi olmak isteyenlerin Tahincioğlu'na duyduğu güvenin en somut göstergesi…" Tahincioğlu, içinde bulunduğumuz dönemde de yükselen konut faizlerine rağmen tüm projelerinde 60 ay yüzde 0 faiz kampanyası gerçekleştirdiklerini ve sınırlı bir süre için ev sahibi olmak isteyenlere büyük bir fırsat sunduklarını sözlerine ekledi.

IAS, ÜRETİMİNİ ULUSLARARASI STANDARTLARDA BELGELENDİRDİ

Kurumsal sistemlerin kurulması, işletilmesi, belgelendirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması yönünde, stratejik hedefleri doğrultusunda titizlikle çalışan IAS, bu hedeflerine ulaşmadaki önemli adımlardan biri olan ISO 15504 SPICE Level-2 belgesini almaya hak kazandı. Firmaların zorlu bir süreç sonunda elde edebildiği ISO 15504 SPICE, Türkiye'de henüz yeterince yaygın değil… "Yaptığımız işin uluslararası standartlara uygunluğunu belgelendirmek, işimizi daha doğru rakiplerle yapmamıza ve doğru segmentte yer almamıza da katkı sağlayacak" diyen IAS Kalite Sistem Yöneticisi Çiğdem Dönmez, konuyla ilgili şu açıklamaları yapıyor: "ISO sistem sertifikaları arasında bulunan ISO 15504 SPICE sertifikası, yazılım firmalarının yazılım

IAS KALİTE SİSTEM YÖNETİCİSİ ÇİĞDEM DÖNMEZ

süreçleri olgunluk seviyesini belirleyen, tüm yazılım yaşam döngüsünü bu standardın gerekliliklerine göre yönettikleri sistemler kurduklarını ve bu sistemleri sürekli geliştirdiklerini gösteren bir belge. Bizim almış olduğumuz SPICE Level 2, CMMI Level 3'e denk geliyor ve genelde pazar ve müşteriler bu iki belgeden birisini talep ediyorlar. SPICE belgelendirme denetimine hazırlanırken, denetime gireceğiniz iki proje belirlemeniz, projelerin tüm süreçlerini standardın gerekliliklerine göre çalıştırmanız ve denetime girmeniz gerekiyor. SPICE belgelendirmesinde, olgunluk seviyesi olarak da adlandırılan belli aşamalar var. Başvuru sırasında hangi aşamaya başvurulacağına firma kendisi karar veriyor. Bu da iş alanına, müşteri ve pazar beklentilerine göre belirleniyor. Her seviyenin hazırlık süreci ve denetim kapsamı farklı oluyor. Bizim müşterilerimizin ve hedef pazarlarımızdaki müşteri adaylarımızın beklentisi SPICE Level 2 olduğu için biz ilk olarak bu belgelendirmeyi hedefledik ve aldık."

'YILDIZ KIZLAR' İSTANBUL'DA BULUŞTU

Mercedes-Benz Türk'ün, Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ile birlikte toplumda kadının her alanda hak ettiği güce kavuşması, kadınlara sosyal ve ekonomik hayatta fırsat eşitliği tanınması hedefiyle 2004 yılında hayata geçirdiği 'Her Kızımız Bir Yıldız' projesi 14 yıldır devam ediyor. Şu anda 60 ilde bin 200'ü aşkın öğrenciye ulaşan proje kapsamında desteklenen kız öğrencilerden bir grup, geleneksel bir etkinlik olan yaz buluşması için bu yıl da bir hafta boyunca İstanbul'da ağırlandı. Her yıl farklı illerden davet edilen öğrenciler bu yıl Afyon, Ankara, Balıkesir, Konya ve Trabzon'dan geldi. Program çerçevesinde Mercedes-Benz Türk Hoşdere Otobüs

MERCEDES-BENZ TÜRK İCRA KURULU BAŞKANI SÜER SÜLÜN, ÇAĞDAŞ YAŞAMI DESTEKLEME DERNEĞİ GENEL BAŞKANI PROF. DR. AYSEL ÇELİKEL VE 'YILDIZ KIZLAR'

Fabrikası'nı da ziyaret eden Yıldız Kızlar, üretim süreçlerini yakından görme, kendileri gibi eskiden bursiyer olan ve bugün fabrikada görev yapan çalışanlarla tanışma şansını da yakaladılar. Proje kapsamında düzenlenen basın buluşmasına ise Yıldız Kızlar'ın yanı sıra Mercedes-Benz Türk İcra Kurulu Başkanı Süer Sülün ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Genel Başkanı Prof. Dr. Aysel Çelikel de katıldı. Toplantıya ev sahipliği yapan Mercedes-Benz Türk İcra Kurulu Başkanı Süer Sülün, Yıldız Kızlar ile bir araya gelmekten dolayı mutluluğunun altını çizerek şunları dile getirdi: "Bugün dünyanın gündeminde olan en önemli konulardan biri kadın-erkek eşitliği ve bu bağlamda kadınlara sosyal ve ekonomik açıdan fırsat eşitliği sağlanması. Kız çocuklarının güçlendirilmesi çarpan etkisi yaratıyor; ekonomik büyümeyi ve her alanda gelişmeyi hızlandırıyor."

"ANADOLU'DA YAŞAYAN BİNLERCE AZİZ SANCAR VAR"

2016'da Milli Eğitim Bakanlığı himayesinde başlatılan ve okullara teknoloji laboratuvarlarının açılmasını destekleyen Turkcell Zeka Küpü Projesi'nde 3 yıl içinde 30 bin öğrenciye ulaşıldı. 2018 yılı sonu itibariyle 50 bin öğrenciye destek olunması bekleniyor. Projenin son durağı Ordu'nun Altınordu ilçesine bağlı Kökenli Köyü Ortaokulu oldu. Öğrencilerinin kısıtlı imkanlarla hayata geçirdiği teknoloji projeleri ilk önce cami imamı Ahmet Yeşilalan ve cami cemaatinin yardımlarıyla destekleniyordu. Genç mucitlerin dikkat çeken 'Çöpü Vaktinde Besine Dönüştür' projesi Turkcell Zeka Küpü sınıfıyla taçlandı. Zeka Küpü sınıfının açılışında konuşan Turkcell Yönetim Kurulu Üyesi Hilmi Güler, şu yorumda bulundu: "Turkcell olarak hem hayata bağlanıyoruz hem de geleceği şekillendiriyoruz. Eğitim pahalı bir iş ama cahilliğin bir ülke ekonomisine maliyeti çok daha yüksek. Benim de içinde yetiştiğim Ordu'nun Kökenli Köyü'nde

TURKCELL YÖNETİM KURULU ÜYESİ HİLMİ GÜLER VE TURKCELL PAZARLAMADAN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI İSMAİL BÜTÜN ZEKA KÜPÜ SINIFININ AÇILIŞINDA KÜÇÜK MUCİTLERLE BULUŞTU

gerçekleştirdiğimiz bu çalışmayla geleceği şekillendirmeyi amaçlıyoruz. Umudumuz bu köy gibi Türkiye'nin birçok farklı köyünden Nobel ödülü kazanacak yeni bilim insanlarının yetişmesi… Kökenli Köyü bizim için bir çekim merkezi oldu. Bu çocukların ise geleceğin yıldızları olacağına inancımız tam. Ay tutulur, güneş tutulur ama yıldızlar tutulamaz." Turkcell Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İsmail Bütün ise yaptığı açıklamada şöyle konuştu: "Türkiye'yi Endüstri 4.0'da bir üst lige çıkartacak 'Yerli ve Milli Yapay Zeka'yı üretme yolunda yeterli donanıma sahip insan kaynağının yetişmesine büyük önem veriyoruz. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerimizde de bu amaçla insana yatırımımızı hızla sürdürüyoruz. Anadolu'da yaşayan binlerce Aziz Sancar var."

LİMAK, TURİZMDE SINIRLARI KKTC İLE AŞTI

1995 yılından bu yana turizm alanında faaliyet gösteren Limak Holding, sekizinci otelini KKTC'de hizmete açtı. Limak'ın Türkiye sınırları dışındaki ilk oteli olan Limak Cyprus Deluxe Hotel'in 200 milyon dolarlık yatırımla hayata geçtiğini ifade eden Limak Holding Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Özdemir düzenlenen basın toplantısında şöyle konuştu: "Türkiye ekonomisinin dünyada hak ettiği seviyeye ulaşmasında turizmin çok önemli bir role sahip olduğunu düşünüyoruz ve turizm yatırımlarımızı da bu vizyonla şekillendiriyoruz. Limak Turizm Grubu'nun Türkiye sınırları dışındaki ilk otelini KKTC'ye açmaktan dolayı

LİMAK HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI NİHAT ÖZDEMİR

büyük gurur duyuyoruz. Bin 300 yataklı Limak Cyprus Deluxe Hotel ile yatak kapasitemiz 7 binin üzerine çıktı. 23 yılda toplam 8 otel açtık. Yani neredeyse 3 yılda bir Türk turizmine yeni bir tesis kazandırdık. Hedefimiz 5 yıl içinde yatak kapasitemizi 10 bine ulaştırmak." 1995 yılında Antalya Belek'teki Limak Arcadia Oteli ile turizm sektörüne giriş yapan Limak Turizm Grubu'nun hedefi, Limak Cyprus ile kongre turizmine de katkıda bulunmak. Oteldeki toplantı salonları, profesyonel ekip ve son teknoloji ekipmanlar iş toplantıları için düşünülmüş. 200 bin metrekare alan üzerine kurulan otel, 598 oda ve 1338 yatak kapasitesine sahip. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Bafra Turizm Bölgesi'nde kapılarını açan Limak Cyprus Deluxe Hotel, hem ada turizmine katkı sağlayacak hem de konuklarına unutulmaz tatiller yaşatacak.

"MEGA PROJELER ÇARPAN ETKİSİ YARATACAK"

Altınbaş Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi'nin yeni dönemdeki hedefleri ve çalışmalarının değerlendirildiği basın toplantıda bir konuşma yapan Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Emre Alkin, Türkiye'nin kalkınmadan vazgeçmemesi gerektiğini belirterek, şirketlerin bilanço küçülterek yavaşlaması durumunda yüksek faiz, yüksek enflasyon, düşük büyüme sarmalına girileceği uyarısı yaptı. Prof. Dr. Alkin, yeni sistemde kararların Cumhurbaşkanı ve kurullar tarafından alınacağı, Bakanların icraatı üstleneceğinin anlaşıldığını belirterek, piyasadaki dalgalanmanın azalacağı öngörüsünde bulundu. Şu an konuşulan mega projelerin Türkiye ekonomisine ivme vermeye devam edeceğini tahmin ettiğini de belirten

ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ REKTÖR YARDIMCISI PROF. DR. EMRE ALKİN

Prof. Dr. Emre Alkin, "Bu projelerin çarpan etkisi yarattığı bir gerçek" dedi. Türkiye'nin çalkantılı dönemleri kolayca aştığını belirten Prof. Dr. Emre Alkin, bu tür dönemlerde ekonomiye yön veren temel dinamikleri şöyle özetledi: "Hane halkı ve işletmeler arasındaki 'gelir-harcama' ilişkisinde fiyatlar ve maliyetler bir süre sonra dengelenir. Döviz kurları 1.5-2 yıllık bir durağan seyre girdiği zaman tüketim tekrar coşmaya başlar, otomobil satışları hızla toparlanır, gayrimenkulün toparlanması biraz daha vakit alabilir." Toplantıda ayrıca Altınbaş Üniversitesi'nin burs stratejilerinden de bahsedildi. Konuyla ilgili açıklama yapan Altınbaş Üniversitesi Burs Komisyonu Başkanı Prof. Dr. Argun Karacabey, şöyle konuştu: "Vakıf üniversitelerinin vermekle yükümlü oldukları burslar var. Kontenjan toplamının yüzde 10'u kadar öğrenciye zaten yüzde 100 burs veriyoruz. Başarı bursu, spor bursu gibi destekleyici burslarımız sayesinde toplam öğrenci sayımızın yüzde 55'i burslu durumda. Bu üniversitemize özel bir durum..."

BEYAZ DİŞ

YÖNETMEN: ALEXANDRE ESPIGARES
SENARYO: DOMINIQUE MONFÉRY, PHILIPPE LIORET, SERGE FRYDMAN
OYUNCULAR: VIRGINIE EFIRA, RAPHAEL PERSONNAZ, DOMINIQUE PINON
GÖSTERİM TARİHİ: 17 AĞUSTOS

Jack London'ın tüm zamanların en iyilerinden olan ve şimdiye kadar 89 farklı dile çevrilmiş kitabı Beyaz Diş'ten uyarlanan bu animasyon film, vahşi bir hayvanın gözünden doğal hayata ve insanların acımasız dünyalarına eleştirel bir bakış sunuyor. Yarı köpek bir anne ile altına hücum yıllarında gizemli bir şekilde ortadan kaybolan kurt bir babanın yavrusu olarak dünyaya gelen Beyaz Diş doğduğu günden beri diğerlerinden farklı olduğu için hep bu farklılıklarının gölgesinde kalmıştır. Beyaz Diş'in kendi cinsi ve insanlıkla verdiği savaşı gözler önüne seren animasyonun yönetmeni ise Mr. Humlot isimli filmle Kısa Animasyon Oscar'ı kazanan Alexandre Espigares.

ADALET 2

YÖNETMEN: ANTOINE FUQUA
OYUNCULAR: DENZEL WASHINGTON, PEDRO PASCAL, ASHTON SANDERS
SENARYO: RICHARD WENK
GÖSTERİM TARİHİ: 24 AĞUSTOS

Robert McCall geçmişin izleriyle boğuşmaktadır. CIA'in gizli operasyon gücündeyken adaleti sağlayabilmenin huzurunu kaybetmiş olan McCall, hâlâ ruhundaki boşlukları doldurmaya çalışmaktadır. Umutsuz durumdaki adalet arayıcılarına yardım eden ve haksızlıkları düzeltmek için mücadele veren McCall, günün birinde eski arkadaşı Susan Plummer'dan kötü haberler alır. Şimdi McCall bildiği en iyi şeyi yapmalı, kendi adaletini kendi sağlamalıdır.

KOMPLO

YÖNETMEN: PER FLY
SENARYO: PER FLY, DANIEL PYNE
OYUNCULAR: THEO JAMES, BEN KINGSLEY, JACQUELINE BISSET, ROSSIF SUTHERLAND
GÖSTERİM TARİHİ: 31 AĞUSTOS

Genç Michael, Birleşmiş Milletler temsilcisi olarak çalışmaktadır. Hayatı boyunca hep bir diplomat olmak istemiş olan Michael'ın hayali ise dünyayı daha güzel bir yer haline getirmek ve ülkeler arasındaki barışı güçlendirmektir. Michael'ın yeni görevi ise Birleşmiş Milletler'in, Oil for Food Programı'na bağış toplamaktır. Programın başındaki akıl hocası Pasha, programı yakından gözlemlemesi için Michael'ı Irak'a getirir. Ancak Michael bu kampanyanın altında kimi yolsuzlukların yattığını fark eder.

DERİNLERDEKİ DEHŞET

YÖNETMEN: JON TURTELTAULB
OYUNCULAR: JASON STATHAM, RAINN WILSON, RUBY ROSE
SENARYO: DEAN GEORGARIS, JON HOEBER, STEVE ALTEN
GÖSTERİM TARİHİ: 10 AĞUSTOS

Uluslararası bir denizaltı gözlem programının parçası olan derin deniz sualtısı, soyunun çoktan tükenmiş olduğu düşünülen büyük bir yaratık tarafından saldırıya uğrar. Hasar gören denizaltı, mürettebatı içeride kapana kısılmış bir halde, Pasifik Okyanusu'nun en derin yerinde durmaktadır. Vizyoner Çin okyanus bilimcisi, kızı Suyin'in gönülsüzlüğüne rağmen, mürettebatı kurtarması için uzman derin deniz kurtarma dalgıcı Jonas Taylor'ı tutar. Taylor sualtının çevresinde süzülen bu canavarla daha önce de karşılaşmıştır; tarih öncesinden kalan ve iki buçuk milyar yıl önce soyunun tükendiği zannedilen, 23 metrelik bir Megalodon. Taylor aşağıda sıkışıp kalmış herkesi kurtarmak için kendi hayatını riske atmalı, korkularıyla yüzleşmeli ve dünyanın en tehlikeli yırtıcısının karşısına çıkmalıdır.

TÜRKİYE'DE EN ÇOK OKUNAN KİTAPLAR

- Ustalık Gerektiren Kafaya Takmama Sanatı
  Mark Manson / Butik Yayınları
- Fahrenheit 451
  Ray Bradbury / İthaki Yayınları
- Kırlangıç Çığlığı
  Ahmet Ümit / Everest Yayınları
- Ikigai-Japonların Uzun ve Mutlu Yaşam Sırrı
  Hector Garcia-Francesc Miralles / İndigo Kitap
- 67
  Oğuzhan Uğur / Hayy Kitap
- Pembe Fili Düşünme
  Zeynep Selvili Çarmıklı / İnkilap Kitabevi
- Kara Delikler
  Stephen Hawking / Alfa Yayıncılık
- Kördüğüm
  Ayşe Kulin / Everest Yayınları
- Elon Musk-Tesla SpaceX ve Muhteşem Geleceğin Peşinde
  Ashlee Vance / Buzdağı Yayınevi
- Hayvanlardan Tanrılara Sapiens
  Yuval Noah Harari / Kolektif Kitap

DÜNYADA EN ÇOK SATAN KİTAPLAR

1-Principles / *Ray Dalio*

2-Outliers / *Malcolm Gladwell*

3-The Power of Habbit / *Charles Duhigg*

4-Measure What Matters? / *John Doerr*

5-Thinking, Fast and Slow / *Daniel Kahneman*

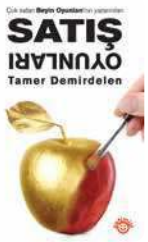
Kaynak: The New York Times

YENİ ÇIKAN İŞ KİTAPLARI

- 50 Yıllık Hayal Bitcoin
  Tuna Özen / Mediacat
- Amazon
  John Rossman / Martı Yayıncılık
- Yeni Nesil Pazarlama Uzmanından Sırlar
  Russell Brunson / Sola Unitas
- Güvenin Kuralları
  Bob Lee / Hümanist
- Yedi Adımda Hayalimdeki Şirket
  Altay Ayhan / Aura Kitapları

BAŞARILI SATIŞIN İPUÇLARI

SATIŞ OYUNLARI
TAMER DEMİRDELEN / OPTİMİST YAYINLARI



Çoğumuz spor yaparak ve doğal beslenerek daha sağlıklı olabileceğimizi biliriz ama yine de harekete geçmeyiz. Neredeyse bütün satış kitapları, sadece satış tekniklerini anlatır. Yani faydalı besinleri ve spor hareketlerini… Oysa önemli olan okuyucunun, dönüşebilmek için gerekli enerji ve yöntemleri okuduğu kitabın satır aralarında bulabilmesidir. 'Beyin Oyunları' kitabının yazarı Tamer Demirbilen, bu kez 'Satış Oyunları' kitabıyla dikkat çekiyor. Demirbilen son kitabı aracılığıyla, okurun farkındalığını, yaratıcılığını, yeni alışkanlıklarını ve satış gücünü harekete geçirmek amacıyla hedef kitlesine farklı bir kılavuz hazırlamış. Hareket çok önemli çünkü satış işinde, hedefle bulunduğunuz nokta arasındaki mesafe, çoğunlukla yeni bir görüşme kadardır. Demirbilen, bu noktada satışçılara çok önemli bir tavsiyede bulunmayı da ihmal etmiyor: "Sadece oyunda kalmaya çabalamayın. Satış oyunları, oyun kurun."

DİJİTAL YAŞAM DENGESİ NASIL KORUNUR?

MAHREMİYET: DİJİTAL TOPLUMDA ÖZEL HAYAT
EIRIK LOKKE / KOÇ ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

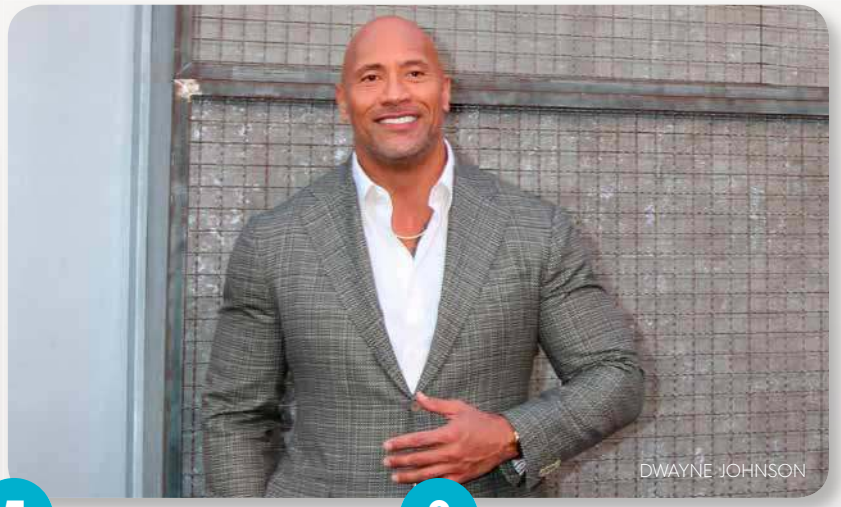
21'inci yüzyılda artık devletlerin, resmi kurumlarının, sosyal medya şirketlerinin, bankaların vb. sunduğu dijital hizmetlerin tüketicileriyiz. Uluslararası terörizm tehdidinin yol açtığı korkunun tehlikeli yoldaşlığı, ülke güvenliğini öne sürerek izleme yapılmasına anlayış gösterme tutumuna yol açtı. Üstelik özel yaşam hakkınızı korumak amacıyla, yaşamın tüm devrelerine sızan bu dijital ağların dışında analog bir yaşam sürmeye kalkmanın sonucu daha fazla dikkat çekmek olabilir. Çünkü elektronik bir iz bırakmamaya çalışmak bir dolu angaryayı göze almak demek. Eirik Lokke'nin kaleme aldığı 'Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat' adlı kitap, yeni teknolojilerin özel yaşamımızı nasıl doğrudan tehdit ettiğini açıklıyor. Peki, biz bu gerçeğin ne kadar farkındayız? İçerdiği sorunların ve yol açtığı sonuçların bilincinde miyiz? Lokke, bu kitabıyla hem mahremiyetin önemseneceği hem de faydalı dijital araçların ve hizmetlerin gelişmesini sağlayacak bir dengenin nasıl kurulması gerektiğini analiz ediyor.

GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK FARKLI DONELER

BUGÜN GİRİŞİMCİLİK
DR. BURAK ÖZDOĞAN / ABAKÜS YAYINLARI

Dr. Burak Özdoğan, 'Bugün Girişimcilik' adlı kitabında fikirden şirkete, kuluçkadan start-up'a, girişimcilik ekosisteminin yeni nesil kurumlarından araç ve stratejilerine kadar pek çok farklı konu başlığını ele alıyor. Özdoğan, genç girişimcilere şu yorumda bulunuyor: "2007 yılında işletme bölümünden mezun olduğumda Türkiye'deki birçok üniversitede henüz 'girişimcilik' adı altında bir ders, seçmeli olarak dahi yoktu. Elinizdeki kitap, akademik hayata geçiş yapmadan önceki ve akademiyle birlikte de devam eden girişimcilik tecrübelerinin ve akademik birikimin bir yansımasıdır. Geliştirilmesi gereken yönleri muhakkak bulunmakla birlikte özellikle üniversitelerde girişimcilikle ve girişimcilik ekosisteminin aktörleriyle hiç tanışmamış 'iyi fikir' sahibi genç girişimci adayları ve öğrenciler için ekosistemle tanışmak adına iyi bir kılavuz olacağına inanıyorum. Çünkü girişimci için iyi fikir, iyi bir yol arkadaşından ötesi değildir. Başarı için daha fazlası gerekir."

TEST


DWAYNE JOHNSON

1

Dünyanın en prestijli projelerinden biri olan ve Asya ile Avrupa'yı deniz altından tünelle bağlayan Marmaray'ı bugüne kadar ortalama 270 milyon yolcu kullandı. **MARMARAY'DAN ELDE EDİLEN GELİR ORTALAMA NE KADAR OLDU?**

a) 550 milyon TL
b) 600 milyon TL
c) 660 milyon TL
d) 702 milyon TL

2

İSO İkinci 500 Büyük Listesi geçen ay açıklandı. Listede İstanbullu şirketlerin aksine, Anadolu şirketlerinin varlığı fazlaydı. **LİSTEDE ANADOLU'DAN KAÇ ŞİRKET KENDİNE YER BULMUŞ OLABİLİR?**

a) 301
b) 315
c) 341
d) 366

3

Rus Sberbank tarafından yapılan araştırmaya göre, Rusya'yı ziyaret eden yabancılar 2018 FIFA Dünya Kupası boyunca ülkede **TOPLAMDA NE KADARLIK HARCAMA YAPTI?**

a) 1 milyar dolar
b) 1.2 milyar dolar
c) 1.5 milyar dolar
d) 1.8 milyar dolar

4

TÜİK verilerine göre işsizlik iki yıldan bu yana ilk defa tek haneye düştü. Buna göre **NİSAN AYI İTİBARİYLE TÜRKİYE'DE İŞSİZLİK HANGİ SEVİYEYE GERİLEDİ?**

a) Yüzde 9,9
b) Yüzde 9,6
c) Yüzde 9,2
d) Yüzde 8,7

5

Geçen yıl direkt transit yolcular dahil 193.5 milyon olan havayolu yolcu sayısının, Yeni Havalimanı'nın açılmasıyla birlikte **2020 YILINDA HANGİ SEVİYEYE ÇIKMASI BEKLENİYOR?**

a) 247 milyon
b) 258 milyon
c) 266 milyon
d) 275 milyon

6

Bankalarda 10 yıldır işlem yapılmayarak zaman aşımına uğrayan 838 bin adet hesap bulunuyor. Unutkan mudiler, **BU HESAPLARDA TOPLAMDA NE KADARLIK PARAYI BANKALARDA UNUTTU?**

a) 78 milyon TL
b) 82 milyon TL
c) 90 milyon TL
d) 98 milyon TL

7

App Store'un yılın ilk yarısındaki geliri açıklandı. Ciroda Google Play Store'un yaklaşık 2 katına ulaşan **APP STORE, TOPLAMDA NE KADARLIK BİR GELİRE İMZA ATTI?**

a) 19 milyar dolar
b) 20.2 milyar dolar
c) 22.6 milyar dolar
d) 25 milyar dolar

8

Dünya Fikri Haklar Örgütü, Cornell Üniversitesi ve INSEAD iş birliği ile hazırlanan Global İnovasyon Endeksi açıklandı. 126 ülke arasından **TÜRKİYE, LİSTEDE KAÇINCI SIRADA KENDİNE YER BULDU?**

a) 45
b) 50
c) 61
d) 69

9

İlk sinema filminin üzerinden 16 yıl geçen Dwayne 'The Rock' Johnson, bir yıl içinde en fazla kazanan oyuncu olarak tarihe geçti. **THE ROCK, 2017 VE 2018'İN HAZİRAN AYLARI ARASINDAKİ DÖNEMDE NE KADAR PARA KAZANDI?**

a) 107 milyon dolar
b) 115 milyon dolar
c) 124 milyon dolar
d) 140 milyon dolar

10

Netflix, ikinci çeyreğe dair bilanço verilerini açıkladı. Şirketin yılın ikinci çeyreğindeki net geliri, 3.91 milyar dolara ulaştı. Buna göre **NETFLIX'IN ABONE SAYISI HANGİ SEVİYEYE YÜKSELMİŞ OLABİLİR?**

a) 130 milyon
b) 150 milyon
c) 165 mliyon
d) 172 milyon

1) d, 2) c, 3) c, 4) b, 5) a, 6) d, 7) c, 8) b, 9) c, 10) a

WORLDWIDE WELCOME

Havalimanı işletmeleri ve yolcu hizmetlerinde bir dünya markası olan, TAV İşletme Hizmetleri'nin gücüyle 100'den fazla havalimanında size karşılama ve uğurlama hizmetleri sunuyor; dünyanın dört bir yanında, sizi evinizdeymiş gibi hissettirmek için çalışıyoruz.

Dünya çapındaki havalimanlarında özel asistanlı karşılama & uğurlama	Tüm uçuş ve güvenlik işlemlerinde özel asistanlık hizmeti	Tüm güvenlik noktalarından hızlı geçiş hizmeti	Porter hizmeti	Özel yolcu salonlarına giriş ayrıcalığı

www.AirportEasy.com
world wide welcome

Hizmetler; terminal, şehir ve ülkelere göre farklılık gösterebilir.

Türk Telekom'la iş yerinize her şey dahil internet fırsatı

kurumsal.turktelekom.com.tr • 444 5 444 • Yeni gelene 24 ay sözünüze

Kampanyadan TTNET A.Ş.'nin tesis adresinde daha önce hiç abonelik yaptırmamış veya abonelik iptali üzerinden en az 3 ay geçmiş olan yeni kurumsal aboneleri kampanya kapsamındaki paketlere 24 ay abone olma taahhüdünde bulunarak yararlanacaktır. Kampanya 31.12.2018 tarihine kadar geçerlidir. Kampanya kapsamında abonelere VDSL modem ücretsiz verilecektir. Kampanyadan faydalanan aboneler kampanyaya katıldıkları paketlerden daha düşük paketlere ya da farklı kampanyalara geçemez. Taahhütnamenin imzalanmasından doğan Damga Vergisi aboneye aittir. Aboneler taahhüt süresinin bitiminden sonra yürürlükteki işletmeci internet hizmet tarifesinden ücretlendirilecektir. Taahhüt süresi içerisinde taahhütnamenin ihlal edilmesi durumunda taahhütnamede belirtilen ihlal halinde ödenecek ücret aboneye yansıtılır. 20 GB AKN sonrası hız 1 Mbps'ye kadar düşecektir. Ayrıntılı bilgi için: **www.turktelekom.com.tr**